

**PENGARUH PERENCANAAN KEUANGAN, PENGETAHUAN WAKAF,  
MOTIVASI, PERSEPSI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN WAKAF UANG**

**Ahmadih Rojalih Jawab**

Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi,  
UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perencanaan keuangan, pengetahuan wakaf, motivasi, persepsi, media sosial terhadap keputusan wakaf uang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat beragama Islam. Sampel penelitian ini adalah masyarakat beragama Islam di DKI Jakarta, yang diambil dengan metode teknik pengambilan data dengan kuesioner atau yang disebut dengan instrumen penelitian Teknik pengolahan data menggunakan SPSS Versi 26 yaitu menggunakan analisis statistik, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan keuangan memiliki nilai  $t_{hitung} - 0,171 < t_{tabel} 1,665$ , pengetahuan wakaf memiliki  $t_{hitung} 2,245 > t_{tabel} 1,665$ , motivasi memiliki  $t_{hitung} 1.160 < t_{tabel} 1,665$ , persepsi memiliki  $t_{hitung} 0,500 < t_{tabel} 1,665$ , media sosial memiliki nilai  $t_{hitung} 2,659 > t_{tabel} 1,665$  dan keputusan wakaf memiliki nilai  $f_{hitung} 7.388 > f_{tabel} 2,34$ .

**Kata Kunci:** Perencanaan Keuangan, Pengetahuan Wakaf, Motivasi, Persepsi, Media Sosial, Wakaf Uang.

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Financial Planning, Awareness of Waqf, Motivation, Perception, Social Media Against Money Waqf Decisions. The population in this study is the Islamic community. The sample of this study is the Islamic religious community in DKI Jakarta, taken by the method of data collection techniques using questionnaires or so-called research instruments. Data processing techniques using SPSS Version 26, namely using statistical analysis, multiple linear regression analysis, classic assumption test, and hypothesis testing. The results showed that financial planning has a value of  $t_{count} - 0,171 < t_{table} 1,665$ , knowledge of waqf has  $t_{count} 2,245 > t_{table} 1,665$ , Motivation has a  $t_{count} 1.160 < t_{table} 1,665$ , Perception has a  $t_{count} 0,500 < t_{table} 1,665$ , Social Media has a value of  $t_{count} 2,659 > t_{table} 1,665$  and Waqf decision has a value of  $f_{count} 7.388 > f_{table} 2,34$ .*

**Keywords:** *Financial Planning, Awareness of Waqf, Motivation, Perception, Social Media, Money Waqf.*

## PENDAHULUAN

Di dalam Islam, terdapat instrumen-instrumen yang dapat digunakan dan dimanfaatkan dalam mewujudkan kesejahteraan sosial diantaranya adalah wakaf. Sebagai kelembagaan Islam, wakaf telah menjadi salah satu penunjang perkembangan masyarakat Islam. Saat ini, wakaf sudah berkembang, salah satunya adalah wakaf uang. Wakaf uang dikategorikan ke dalam wakaf bergerak. Wakaf uang membuka peluang untuk menciptakan investasi guna memberikan pelayanan kesehatan, keagamaan, pendidikan dan pelayanan sosial ekonomi. Wakaf di Indonesia saat ini dikelola oleh Badan Wakaf Indonesia dan bekerja sama dengan 100 lembaga (*Nazhir*) dan 15 bank disebut LKS-PWU yang telah terdaftar sebagai lembaga penerima wakaf uang. Oleh karena itu badan wakaf Indonesia membutuhkan lembaga yang kompeten dalam mengelola wakaf uang di Indonesia, lembaga tersebut yang disebut dengan nazhir. Potensi wakaf pada tahun 2019 hanya mencapai 0.0013, ini jauh dari potensi wakaf yang diperkirakan kemungkinan disebabkan oleh salah satu faktor yaitu kurangnya sosialisasi dari adanya wakaf uang. Berdasarkan fenomena di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi dasar seseorang ingin melakukan wakaf uang. Berbagai macam jenis produk yang ditawarkan oleh masing-masing lembaga wakaf, semakin banyak pilihan dan produk yang ditawarkan oleh lembaga semakin besar keputusan orang untuk wakaf uang.

## LANDASAN TEORITIS

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2004 wakaf adalah perbuatan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingan guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariah. Dan Menurut kompilasi Hukum Islam, menyatakan yang memisahkan sebagian dari benda miliknya dan melembagakannya untuk selama-lamanya guna kepentingan ibadah atau keperluan umum lainnya sesuai dengan ajaran agama. Wakaf adalah menahan harta yang kemudian bertujuan untuk memberikan manfaat atau faedah dari harta yang diwakafkan oleh wakif kepada orang yang berhak dan dipergunakan sesuai dengan syariah Islam. Wakaf uang atau dikenal juga dengan wakaf tunai (*cash waqf*) pertama kali dipakai pada masa usmani di Mesir, diakhir abad ke 16 (1555-1822M). Pada era usmani di Mesir, berkembang pemakaian fiqih. Dalam Al-Quran tidak ditemukan secara eksplisit dan tegas mengenai wakaf, Al-Quran hanya menyebutkan dalam artian umum saja, tidak tegas dan khusus menggunakan kata-kata wakaf. Para fuqaha menjadikan ayat-ayat umum ini sebagai dasar wakaf dalam Islam. Seperti ayat-ayat yang membicarakan sedekah, infaq dan amal jariyah. Para ulama menafsirkan bahwa wakaf itu cukup tercakup di dalam cakupan ayat tersebut.

### Dasar Hukum Wakaf

Menurut (Abdul Manan, 2019: 75) Para ahli hukum Islam menyebutkan beberapa dasar hukum wakaf dalam hukum Islam meliputi ayat Al-Quran, hadis, ijma dan ijtihad para ahli ulama serta hukum Indonesia yang mengatur tentang wakaf dalam surat Ali Imran ayat 92 yaitu sebagai berikut:

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ ﴿٩٢﴾

“Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan maka sesungguhnya Allah mengetahuinya.”

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغِيصُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah [2]; 267).

**METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dimana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari objek yang diteliti kemudian dapat membuat *instrument* untuk mengukurnya. Dalam penelitian ini terdiri dari lima variabel independen dan variabel dependen. Adapun variabel tersebut adalah regulitas, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, media sosial pengetahuan (variabel independen) dan keputusan berwakaf. Sumber data penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada orang yang berwakaf, yang ingin berwakaf serta donator tetap wakaf yang kemudian diberikan kepada *responden* untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal-jurnal penelitian, artikel, website, majalah ilmiah yang berkaitan dengan masalah penelitian.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Data yang digunakan untuk mengukur pengaruh perencanaan keuangan, pengetahuan wakaf motivasi, persepsi, dan media informasi terhadap keputusan untuk wakaf uang Data yang diperoleh sebanyak 150 kuesioner dari 150 kuesioner yang disebar oleh peneliti. Berikut tabel mengenai penyebaran dan pengembalian kuesioner dalam penelitian ini.

**Sampel dan Tingkat Pengembalian Kuesioner**

Keterangan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Penyebaran Kuesioner	150	100%
Pengembalian Kuesioner	150	100%
Kuesioner Yang Tidak Kembali	-	0%
Kuesioner Yang Dapat Diolah	150	95%

Sumber: Hasil olah data primer (Peneliti, 2020)

Variabel independen dalam penelitian ini lima yaitu, perencanaan keuangan (X<sub>1</sub>), pengetahuan wakaf (X<sub>2</sub>), motivasi (X<sub>3</sub>), persepsi (X<sub>4</sub>) media informasi (X<sub>5</sub>). Distribusi responden dibagi menjadi beberapa klarifikasi yaitu menurut jenis kelamin, pendidikan terakhir dan lama bekerja.

**Profil Responden**

Data	Jumlah	Presentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Pria	58	34%
Wanita	92	66%
<b>Pendidikan Terakhir</b>		
Sma	48	18%
Diploma	5	4%
Sarjana	93	71%
Magister	6	7%

Lainnya	-	
TOTAL	150	100%
<b>Pendapatan</b>		
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	48	34%
Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	75	41%
Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000	23	25%
TOTAL	150	100%

Sumber : Data Primer (Peneliti, 2020)

### Analisis Statistik Deskriptif

Pengujian deskriptif bertujuan untuk menguji seberapa besar nilai minimum, maximum, *mean* dan standar deviasi, sehingga diketahui seberapa besar keakuratan dan penyimpangan pada data. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini

#### Hasil Uji Statistik Deskriptif

##### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	150	21	39	30,46	3,540
X2	150	24	40	32,33	3,719
X3	150	24	40	32,03	4,284
X4	150	24	40	32,25	4,241
X5	150	24	40	32,15	4,298
Y	150	24	40	34,19	3,766
Valid N (listwise)	150				

Sumber : Output SPSS olahan data primer (Peneliti, 2020)

### Interpretasi Hasil

Berikut ini adalah interpretasi dari hasil pengujian hipotesis antara variabel independen yang terdiri dari perencanaan keuangan, pengetahuan wakaf, motivasi, persepsi dan media sosial dengan variabel dependen kualitas keputusan wakaf uang.

1. Variabel perencanaan keuangan memiliki nilai  $t_{hitung} (0,171) < t_{tabel} (1,665)$  dengan nilai signifikan  $0,865 > 0,05$ . Maka  $H_1$  ditolak yang artinya bahwa perencanaan keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan wakaf uang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Naila Sadah, 2018) ketidak signifikan ini dikarenakan dari data responden banyak yang tidak melakukan perencanaan keuangan Dalam kehidupan mereka. Ini sesuai dengan prinsip maqosit syarikh karena pada dasarnya seseorang seharusnya mampu menjaga hartanya dan menggunakan dengan sebaiknya dengan prinsip maqosit syarikh karena pada dasarnya seseorang seharusnya mampu menjaga hartanya dan menggunakan dengan sebaiknya.
2. Variabel pengetahuan wakaf  $t_{hitung} (2,245) < t_{tabel} (1,665)$  dengan nilai signifikan  $0,026 > 0,05$ . Maka  $H_2$  diterima yang artinya bahwa pengetahuan wakaf berpengaruh positif terhadap keputusan wakaf uang. Karena adanya pengaruh yang signifikan antara pengetahuan wakaf dengan keputusan wakaf uang. Hasil penelitian ini di mendukung penelitian (R.P Handayani, T dan Kurnia Moh Zidni Iman Dorojatyas, 2015), (Nadiyah Zulkiflee, 2015), (Hairunnizam Wahid,2015), (Sanep Ahmad, 2015) yang menyatakana bahwa yang membuktikan bahwa pengetahuan wakaf berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk wakaf uang. Hasil penelitian ini dikarenakan tinggi pengetahuan seseorang untuk wakaf uang berbanding lurus dengan keputusan untuk wakaf

### Ahmadiyah Rojalih Jawab

uang berarti dengan ini menunjukkan bahwa sesuai dengan maqosit syariah dalam menjaga agamanya.

3. Variabel pengetahuan wakaf  $t_{hitung} (2,245) < t_{tabel} (1,665)$  dengan nilai signifikan  $0,026 > 0,05$ . Maka  $H_2$  diterima yang artinya bahwa pengetahuan wakaf berpengaruh positif terhadap keputusan wakaf uang. Karena adanya pengaruh yang signifikan antara pengetahuan wakaf dengan keputusan wakaf uang. Hasil penelitian ini di mendukung penelitian (R.P Handayani, T dan Kurnia Moh Zidni Ilman Dorojatyas, 2015), (Nadiyah Zulkiflee, 2015), (Hairunnizam Wahid,2015), (Sanep Ahmad, 2015) yang menyatakana bahwa yang membuktikan bahwa pengetahuan wakaf berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk wakaf uang. Hasil penelitian ini dikarenakan tinggi pengetahuan seseorang untuk wakaf uang berbanding lurus dengan keputusan untuk wakaf uang berarti dengan ini menunjukkan bahwa sesuai dengan maqosit syariah dalam menjaga agamanya.
4. Variabel motivasi memiliki nilai  $t_{hitung} (-1,160) < t_{tabel} (1,665)$  dengan nilai signifikan  $0,248 > 0,05$ . Maka  $H_3$  ditolak yang artinya bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan wakaf uang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Syifa Fauziah, dan Salahuddin El Ayyubi, 2019) menunjukan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan wakaf. Ketidak signifikan ini disebabkan oleh pengendalian motivasi dari setiap individu ataupun lingkunganya oleh (Naranda Amadea, 2017) menunjukan bahwa media sosial berpengaruh
5. Variabel persepsi memiliki nilai  $t_{hitung} (0,500) < t_{tabel} (1,665)$  dengan nilai signifikan  $0,618 > 0,05$ . Maka  $H_4$  ditolak yang artinya bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan wakaf uang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (ahmad nizar,2014) bahwa persepsi tidak berpenngaruh signifikan. Ketidak signifikan ini disebabkan oleh kurangnya pandangan bahwa wakaf hanya sebatas tanah, bangunan dan masjid padahal wakaf telah berkembang sesuai kebutuhan dan sesuai tidak sesuai dengan prinsip maqosit syariah dimana seseorang menjaga agamanya dalam pikirnya di karena kurangnya ilmu pengetahuan dan sudut pandanganya.
6. Variabel media sosial memiliki nilai  $t_{hitung} (2,659) < t_{tabel} (1,665)$  dengan nilai signifikan  $0,009 > 0,05$ . Maka  $H_2$  diterima yang artinya bahwa peran media sosial positif terhadap keputusan wakaf uang. Karena adanya pengaruh yang signifikan antara media sosial dengan keputusan wakaf uang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh oleh (Naranda Amadea, 2017) menunjukan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk wakaf uang. Signifikan ini disebabkan bahwa di era saat ini media sosial berperan dalam mempengaruhi orang untuk melakukan suatu tindakan atau keputusan
7. Jadi  $F_{hitung} 7,388 > F_{tabel} 2,43$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka, pengaruh perencanaan keuangan, pengetahuan wakaf, motivasi, persepsi dan media sosial berpengaruh terhadap keputusan wakaf uang menghasilkan bahwa perencanaan keuangan, pengetahuan wakaf, motivasi, persepsi dan media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan wakaf uang.berdasarkan table 17 mi *R Square* sebesar 0,177 ini mi berarti Keputusan Dijelaskan Oleh Variabel Hanya Sebesar 18% Dan Sisanya Adalah 72% Dijelaskan Oleh Variabel Lainnya Seperti Tingkat Pendidikan, Tiingkat Pendapatan, dan lain sebagainya .

### KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perencanaan keuangan, pengetahuan wakaf, motivasi, persepsi dan media sosial terhadap keputusan wakaf. Berdasarkan data yang diperoleh maupun hasil dari analisis yang dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji statistik t variabel perencanaan keuangan memiliki nilai signifikansi  $0,865 > 0,05$  maka  $H_1$  ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara perencanaan keuangan dengan keputusan wakaf uang.
2. Hasil uji statistik t variabel pengetahuan wakaf memiliki nilai signifikansi  $0,026 > 0,05$  maka  $H_2$  diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan wakaf dengan keputusan wakaf uang.
3. Hasil uji statistik t variabel motivasi memiliki nilai signifikansi  $0,246 > 0,05$  maka  $H_3$  ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi dengan keputusan wakaf.
4. Hasil uji statistik t variabel persepsi memiliki nilai signifikansi  $0,618 > 0,05$  maka  $H_4$  ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi dengan keputusan wakaf uang.
5. Hasil uji statistik t variabel media sosial memiliki nilai signifikansi  $0,009 > 0,05$  maka  $H_5$  diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial dengan media sosial.
6. Hasil uji statistik f menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 7,388, dengan rumus dimana dk penyebut  $n-k-1 = 150-5-1 = 144$  dan k adalah 5, maka didapatkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,34. Jadi  $F_{hitung} 7,388 > F_{tabel} 2,34$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_6$  diterima yang artinya perencanaan keuangan, pengetahuan wakaf, motivasi, persepsi dan media sosial berpengaruh terhadap keputusan wakaf uang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, Adib. 2016. Skripsi "Analisis deskriptif tingkat literasi keuangan pada umkm di pasar kota bandar lampung" Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Alo liliweri, R. (2015). Pendidikan Multikultural: Pengertian, Prinsip, dan Relevansinya dengan Tujuan Pendidikan Islam. *Addin*, 7(1).
- Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Prenada Media.
- Arifianto, W. (2013). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Distribusi Pendapatan di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 1(3).
- Badan Wakaf Uang Tunai Mui DIY. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, 2(2), 249-262
- Beik, I. S dan Arsyianti, L. D. (2016). *Ekonomi Pembangunan Syariah*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Farid, D. (2016). The Waqf of Money as a Community Economic Empowerment Efforts. *International Journal of Nusantara Islam*, 4(2), 27-36
- Fauzia, I, Y. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al- Syariah*. Kencana.
- Fauziah, U. (2017). *Survey Motivasi, Persepsi, Sikap, Religiusitas Wakif Kota Tangerang Selatan* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah.).
- Fauziah, S., & El Ayyubi, S. (2019). Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi Wakif terhadap Wakaf Uang di Kota Bogor. *AL-MUZARA'AH*, 7(1), 19-31.
- Fuadi, N. F. Z. (2018). Wakaf Sebagai Instrumen Ekonomi Pembangunan Islam. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 151-177
- Gunawan, Imam, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara 2014),
- Handayani, R. P., & Kurnia, T. (2015). Analisis Persepsi Masyarakat Kota Bogor terhadap Wakaf Tunai. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2).
- Haura, A., Baga, L. M., & Tanjung, H. (2016). Analisis of Cash Waqf Management on Sharia Financial Service Cooperation (Analytical Network Process Approach). *Jurnal Al-Muzara'ah*, 3(1), 89-105.
- Herawati, D. M. (2016). Penyebaran Hoax dan Hate Speech sebagai Representasi Kebebasan Berpendapat. *Jurnal Promedia*, 2(2).

**Ahmadih Rojalih Jawab**

- Hujiriiman, B. (2018). *Buku Ajar Hukumperwakafan di indonesia*. Deepublish. *Islamic Finance*.
- Indriani, P., & Darmawan, J. (2014). Pengaruh Tindakan Supervisi, perencanaan dan Kerjasama Terhadap Kinerja Auditor PT. Bank Negara Indonesia Tbk Palembang.
- Ismail, H. F. (2018). *Statistika untuk penelitian pendidikan dan ilmu-ilmu sosial*. Kencana.
- Junardi, A. *Determinasi faktor yang mempengaruhi intensi masyarakat muslim Kota Yogyakarta dalam berwakaf uang* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)