

**PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN, PENDAPATAN, SOSIALISASI DAN
CITRA LEMBAGA TERHADAP KEPUTUSAN WAKIF UNTUK BERWAKAF:**

Studi Kasus Pada Wakif di Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:
SUMARDI
NIM 1505026039

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Skripsi
An. Sumardi

Kepada
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang
Di, Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami selaku pembimbing berpendapat bahwa naskah saudara:

Nama : Sumardi


NIM : 1505026039

Judul : Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Sosialisasi dan Citra Lembaga terhadap Keputusan Wakif untuk Berwakaf: studi kasus pada wakif di Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang.


Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Semarang,
Pembimbing I


Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA.
NIP.197512182005011002

Pembimbing II


Warno, SE., M. Si
NIP. 198307212015031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp. /Fax (024) 7601291, Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Sumardi

NIM : 1505026039

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Sosialisasi dan Citra Lembaga terhadap Keputusan Wakif untuk Berwakaf: studi kasus pada wakif di Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang.

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude / baik / cukup pada tanggal: 19 Desember 2019. Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir, guna memperoleh gelar sarjana (Strata satu/S1) dalam ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 19 Desember 2019

Ketua Sidang

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag
NIP. 197003211996031003

Sekretaris Sidang

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA
NIP. 197512182005011002

Penguji Utama I

Dr. Ari Kristan P., SE., M.Si
NIP. 197905122005012004

Penguji Utama II

Drs. H. Hasvim Svarbani, M.Ag
NIP. 195709131982031002

Pembimbing I

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA
NIP. 197512182005011002

Pembimbing II

Warno, SE., M. Si
NIP. 198307212015031002

MOTTO

إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ مِنْ صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ وَعِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ
وَوَلَدٍ صَالِحٍ يَدْعُو لَهُ

“Jika seorang manusia meninggal, maka terputuslah seluruh amalnya, kecuali tiga perkara: sadaqah jariyah, ilmu yang bermanfaat dan anak salih yang mendoakannya”

(HR. Muslim, 1929: 68).

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas rezeki dan karunia-Nya saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu kita sanjungkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW atas perjuangan beliau dan para sahabat sekarang kita dapat merasakan karunia islam dan ilmu pengetahuan saat ini. Untuk pertama kalinya kupersembahkan karya sederhana ini untuk kedua orangtuaku Bapak Sunre Jallo dan Ibu Nagawati yang membuat hidup ini bernilai.

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sumardi

NIM : 1505026039

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Sosialisasi dan Citra Lembaga terhadap Keputusan Wakif untuk Berwakaf: studi kasus pada wakif di Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang.

Penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi penelitian yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 13 Desember 2019

Deklarator



Sumardi
1505026039

ABSTRACT

This study examines the influence of education level, income, socialization and image of the institution on the decision of waqf to represent: a case study on waqf in the Al-Qur'an Waqf Board in Semarang branch. The population in this study is all waqif in the Al-Qur'an Waqf Board in the Semarang branch. The sample in this study was taken from part of waqif by using a purposive sampling method. the minimum PLS sample in this study was 40 samples. There are 45 questionnaires that can be processed in this study. The primary data collection method used is the survey method using questionnaire media. The method of data analysis in this research that uses partial least squares (PLS) approach is a multivariate technique through Smart PLS.

Based on the results of testing the coefficient of determination obtained R-Square for the Decided Variable variable is 0.781. These results indicate that the Decentralized Decision variable can be explained by the level of education, income, socialization, and image of the institution by 78% while 22% is explained by other variables outside of the study.

The results of the analysis show that of the four variables namely the level of education, income, socialization and image of the institution, the results of the study indicate that (1) the level of education has a significant positive effect on the decision for waqf to represent. (2) Income has a significant positive effect on waqf decision to represent. (3) Socialization has a significant positive effect on waqf decision to represent. (4) Institution's image has a significant positive effect on waqf decision to represent.

Keywords: Education level, Income, Socialization, Institution Image, Waqf Decision.

ABSTRAK

Penelitian ini menguji tentang pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan, sosialisasi dan citra lembaga terhadap keputusan wakif untuk berwakaf: studi kasus pada wakif di Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah semua wakif yang ada di Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang. Sampel dalam penelitian ini diambil dari sebagian wakif dengan menggunakan metode *purposive sampling*. sampel minimum PLS pada penelitian ini sebanyak 40 sampel. Terdapat 45 kuesioner yang dapat diolah dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data primer yang dipakai adalah dengan metode survei dengan menggunakan media kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan *partial least squares* (PLS) adalah tehnik multivariate melalui Smart PLS.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh R-Square untuk variabel Keputusan Berwakaf sebesar 0.781. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Keputusan Berwakaf dapat dijelaskan oleh tingkat pendidikan, pendapatan, sosialisasi dan citra lembaga sebesar 78% sedangkan 22% dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti.

Hasil analisis menunjukkan bahwa dari empat variabel yaitu tingkat pendidikan, pendapatan, sosialisasi dan citra lembaga dari hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Tingkat pendidikan berpengaruh positif tidaksignifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf. (2) Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf. (3) Sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf. (4) Citra Lembaga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.

Kata Kunci : Tingkat pendidikan, Pendapatan, Sosialisasi, Citra Lembaga, Keputusan Berwakaf.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Sosialisasi dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Wakif untuk Berwakaf: studi kasus pada Wakif di Badan Wakaf Al-Qur’an cabang Semarang”**. Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya skripsi ini tak lepas dari peran, dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq., M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Ahmad Furqon, Lc., M.A. selaku dosen Pembimbing I akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Warno, SE., M.Si, selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran dan bantuan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi dari awal sampai terselesaikannya skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak Sunre Jallo dan Ibu Nagawati, terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih dan sayangmu terkenang sepanjang masa.

Harapan penulis semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum, Wr, Wb.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan.....	5
D. Manfaat.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Kerangka Teori	7
1. Wakaf.....	7
2. Wakif	10
3. Keputusan Wakif	12
4. Tingkat Pendidikn	20
5. Pendapatan.....	22
6. Sosialisasi.....	24
7. Citra Lembaga	32
8. Kerangka Pemikiran	38
B. Hipotesis.....	38
1. Tingkat Pendidikan	38
2. Pendapatan.....	39
3. Sosialisasi.....	39
4. Citra Lembaga	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Metode Penelitian.....	41
B. Jenis dan Sumber Data.....	41

C.	Populasi dan Sampel.....	41
1	Populasi	41
2	Sampel	41
C.	Metode Pengumpulan Data.....	42
D.	Skala Pengukuran.....	42
E.	Variabel Penelitian dan Pengukuran Data	43
F.	Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		53
A.	Gambaran Objek Penelitian	53
B.	Gambaran Penelitian.....	57
1	Deskripsi Data.....	57
2	Gambaran Karakteristik Responden.....	57
3	Statistik Deskripsi.....	59
C.	Pengujian dan Hasil Analisis Data	60
1.	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	60
2.	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	66
D.	Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis)	70
1	Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Keputusan Wakif Untuk Berwakaf	70
2	Pengaruh Pendapatan Terhadap Keputusan Wakif Untuk Berwakaf.	71
3	Pengaruh Sosialisasi Terhadap Keputusan Wakif Untuk Berwakaf.	71
4	Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Keputusan Wakif Untuk Berwakaf.	71
BAB V PENUTUP		73
A.	KESIMPULAN	73
B.	SARAN.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator pengukuran	43
Tabel 3. 2 Uji Validitas Convergent dan Discriminan.....	49
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas Kontruk	50
Tabel 3. 4 Evaluasi Model Structural.....	51
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden	58
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	59
Tabel 4. 4 Outer Loadings (Measurment Model)	61
Tabel 4. 5 Disriminant Validity (Cross Loading)	62
Tabel 4. 6 Nilai AVE	64
Tabel 4. 7 AVE dan Akar AVE	64
Tabel 4. 8 Latent Variable Correlations	65
Tabel 4. 9 Composite Reliability	65
Tabel 4. 10 Nilai R-Square	67
Tabel 4. 11 Path Coefficients	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model sederhana mengenai keputusan pembelian	13
Gambar 2. 2 Pengaruh X terhadap Y	38
Gambar 4. 1 Model Struktural (Inner Model)	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam sejarah peradaban Islam, praktek wakaf telah dimulai sejak zaman Rasulullah Shalallahu alaihi wasallam. Wakaf sumur dan kebun milik Ustman bin Affan Radhiyallahu`anhu dan Umar bin Khatab Radhiyallahu`anhu menjadi bukti nyata bagaimana wakaf memainkan peran penting dalam menggerakkan produktivitas umat. Ribuan tahun lamanya aset wakaf tersebut terpelihara, mengalirkan manfaat bahkan hingga generasi saat ini.

Begitu banyak aset wakaf di seluruh dunia, utamanya negara-negara Islam, yang telah memberdayakan milyaran umat dari masa ke masa. Wakaf menjadi bentuk filantropi Islam yang memberi manfaat terluas dan berkelanjutan. Berbagai aset berharga dilepaskan kepemilikannya melalui wakaf semata-mata demi meraih pahala dan maslahat yang terus mengalir.

Di berbagai negara Islam, hampir sebagian besar infrastruktur publik telah ditopang oleh wakaf. Rumah sakit, sekolah, pertanian dan perkebunan, lahan strategis, hingga hotel dan gedung perkantoran hasil optimalisasi wakaf terus berkembang. Hal tersebut memudahkan masyarakat mendapatkan akses pendidikan, kesehatan, dan sarana publik lainnya.

Indonesia menyimpan potensi wakaf yang besar. Tapi, potensi itu belum dikelola dan dimanfaatkan secara optimal. Menurut data Departemen Agama hingga Maret 2008, aset wakaf yang berupa tanah berjumlah 363.272 lokasi dengan luas mencapai 2.701.145.561,08 m². Tanah wakaf tersebut sebagian besar baru dimanfaatkan untuk pendirian masjid, panti asuhan, sarana pendidikan dan kuburan dan hanya sebagian kecil yang dikelola secara produktif (Depag: 2008)¹

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Pusat Bahasa dan Budaya (PBB) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (CSRC UIN: 2006) menunjukkan,

¹ Rahmat Dahlan, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir", *Al-Iqtishad*., Vol. VI No. 2, Juli 2014. h. 306.

bahwa harta wakaf lebih banyak bersifat diam (77%) daripada yang menghasilkan atau produktif (23%). Temuan lain menunjukkan, pemanfaatan terbesar harta wakaf adalah masjid (79%) daripada peruntukkan lainnya, dan lebih banyak berada di wilayah pedesaan (59%) daripada perkotaan (41%). Artinya bahwa tanah wakaf yang cukup luas itu belum memberikan manfaat produktif, melainkan sebagian besar masih dipergunakan untuk keperluan konsumtif. (Nasution & Hasanah: 2005) Tanah wakaf seluas 270.114,56 hektar akan memberikan manfaat yang lebih besar apabila dipergunakan untuk kepentingan produktif, seperti rumah sakit, pusat bisnis, pertanian, perkebunan dan lain-lain.²

Indonesia diperkirakan cukup besar. Nasution (2009) mengatakan bahwa, jika ada 15 juta Muslim dan setiap bulan mereka menyisihkan Rp 25.000 per bulan, potensi wakaf tunai mencapai Rp. 3 triliun dalam setahun. Jika potensi wakaf tunai dapat diekstraksi, itu akan mendorong ekonomi umat Islam.³

Hasil realisasi penghimpunan ternyata masih jauh dari perhitungan potensi wakaf uang sebesar Rp 3.000.000.000.000 (tiga triliun) pertahun (Nasution: 2005). Namun total dana wakaf yang berhasil dihimpun oleh PKPU, Tabung Wakaf Indonesia (TWI), Rumah Zakat Indonesia (RZI) dan Badan Wakaf Indonesia (BWI) dari tahun 2005 – 2009 hanya berjumlah Rp 10.052.287.699 (Sepuluh Milyar Lima Puluh Dua Juta Dua Ratus Delapan Puluh Tujuh Ribu Enam Ratus Sembilan Puluh Sembilan Rupiah) Nizar (2014).⁴

Kota Semarang dengan jumlah penduduk sampai dengan 2019 adalah 1,765,396 jiwa (<http://dispendukcapil.semarangkota.go.id>). Sebanyak 933.015 jiwa dari jumlah penduduk tersebut beragama Islam. Apabila dari 5 persen dari jumlah tersebut atau sekitar 46.650 penduduk muslim berwakaf uang sebesar Rp. 100.000,- saja setiap bulan maka setiap tahun akan terkumpul dana wakaf sebesar Rp. 4.665.000.000. rupiah setiap tahunnya. Angka ini

² ibid.

³ Jauhar Faradis, The Determinants of Wakif Preferences Toward Money-Cash Waqf, *Global Review of Islamic Economics and Business*, Vol. 2, No.3 (2015). h. 220.

⁴ Ahmad Nizar, "Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wakif tentang wakaf uang", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4, No. 1, April 2014. h. 23.

tentu saja akan semakin besar jika nilai uang yang diwakafkan dan jumlah masyarakat yang berwakaf uang bertambah.

Rendahnya penghimpunan wakaf uang, salah satu penyebabnya adalah pengertian masyarakat tentang wakaf sangat terbatas jika dibandingkan dengan pengertian mereka tentang zakat, infak, kurban, sedekah dan lembaga-lembaga islam lainnya. Hal ini terjadi karena masalah perwakafan ini kurang dijelaskan oleh para juru dakwah, guru agama maupun muballig. Sebagai akibat kurangnya pemahaman umat Islam terhadap lembaga wakaf, maka jarang umat Islam melaksanakannya (Hasanah: 1991:291).⁵

Mengacu dari penjelasan wakaf di atas bahwa potensi wakaf yang sangat besar untuk kesejahteraan masyarakat, maka dari itu diperlukan penelitian untuk meningkatkan keputusan masyarakat untuk berwakaf. Berdasarkan hasil penelitian Amalia dan Puspita (2018)⁶ yang meneliti tentang minat masyarakat Jakarta dalam berwakaf uang pada lembaga wakaf, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa minat masyarakat Jakarta untuk melakukan wakaf dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah tingkat pendidikan, pendapatan, religiusitas, program sosialisasi wakaf uang dan citra lembaga wakaf.

Berdasarkan hasil penelitian Ash-Shiddiqy (2018)⁷ yang meneliti tentang Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan dan Akses Informasi Terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hanya Religiusitas yang berpengaruh Terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY dan variabel lainnya tidak berpengaruh.

Penelitian serupa dengan keputusan wakif berwakaf uang yang telah dilakukan adalah tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wakif

⁵ ibid. h. 26.

⁶ Alvien Nur Amalia, Puspita, "Keputusan wakif Jakarta dalam Berwakaf Uang pada Lembaga Wakaf", *Syi'ar Iqtishadi*, Vol.2 No.2, November 2018. h.1

⁷ Muhammad Ash-Shiddiqy, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan dan Akses Informasi Terhadap Keputusan wakif untuk Berwakaf Uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY*, PANANGKARAN, Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat Volume 2, Nomor 2, Juli-Desember 2018. h. 249.

(pewakaf) terhadap wakaf uang. Faktor pendidikan mempunyai peluang terbesar mempengaruhi persepsi wakif dari ketiga faktor lainnya yaitu pendapatan, mazhab yang diikuti dan media informasi (Nizar, 2014).⁸

Adapun riset tentang minat untuk berderma sebagian besar dilakukan pada riset tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam berzakat. Salah satunya riset tentang pengaruh kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas terhadap minat muzakki untuk menyalurkan zakat profesi. Dalam riset tersebut faktor religiusitas muzakki berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat dalam menyalurkan zakat profesi (Nur'aini dan Ridla, 2015).⁹

Oleh karena itu dibutuhkan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi wakif untuk berwakaf. Untuk mengetahui tingkat keputusan untuk berwakaf, maka perlu diperhatikan keadaan wakif dan faktor yang mempengaruhi keputusan wakif seperti tingkat pendidikan, pendapatan, sosialisasi wakaf dan citra lembaga wakaf.

Dari hasil pengamatan peneliti di lapangan, di Semarang terdapat lembaga wakaf yang melakukan sosialisasi dan fundraising wakaf salah satunya adalah BWA cabang Semarang (Badan Wakaf Al-Qur'an). Badan Wakaf Al Qur'an adalah organisasi nirlaba (non-profit organization), berbentuk Badan Hukum Perkumpulan (BHP) yang memiliki tujuan Menjadi lembaga filantropi wakaf profesional, yang mampu mengembangkan potensi wakaf di Indonesia sesuai syariah untuk kemashlahatan kaum muslimin dan masyarakat dan Menjadikan Wakaf Sebagai Gaya Hidup Muslim.

Untuk mempermudah nazir dalam melakukan wakaf, Badan Wakaf Al-Qur'an menggunakan jenis wakaf melalui uang yang nantinya bisa diperuntukkan pada wakaf lain sesuai dengan akad wakif dengan Nazir (BWA) yang telah membuat berbagai program wakaf seperti wakaf Al-

⁸ Nizar, Faktor....

⁹ Hanifah Nur'aini, M. Rasyid Ridla', "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi (Studi di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta)", *Jurnal MD*, Edisi Juli-Desember 2015, h. 207-228.

Qur'an, Water Action For People, Tebar Cahaya Indonesia Terang, Wakaf Khusus Dakwah dan Pendidikan, Wakaf Profuktif dll.

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang Pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan, sosialisasi dan citra lembaga wakaf terhadap keputusan wakif untuk berwakaf: Studi kasus pada wakif di Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka perumusan masalahnya adalah:

- 1 Bagaimana pengaruh tingkat pendidikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf?
- 2 Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf?
- 3 Bagaimana pengaruh sosialisasi terhadap keputusan wakif untuk berwakaf?
- 4 Bagaimana pengaruh citra lembaga terhadap keputusan wakif untuk berwakaf?

C. Tujuan

- 1 Mengetahui pengaruh tingkat pendidikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.
- 2 Mengetahui pengaruh pendapatan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.
- 3 Mengetahui pengaruh sosialisasi terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.
- 4 Mengetahui pengaruh citra lembaga terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.

D. Manfaat

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat kepada pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam bentuk keilmuan dan dapat memberikan wawasan yang berkaitan dengan Keputusan Wakif dalam Berwakaf pada Lembaga Wakaf.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi bidang akademisi, praktisi dan kependidikan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wakif dalam berwakaf pada lembaga wakaf.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, dalam bab ini memuat latar belakang masalah, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka, yang menjelaskan deskripsi teori tentang teori wakaf, wakif, tingkat pendidikan, pendapatan, sosialisasi, citra lembaga, keputusan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian. Dalam bab ini berisi jenis penelitian, data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, devinisi operasional variabel, instrument penelitian dan teknis analisis data.

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan, akan mengemukakan tentang gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan analisis data.

BAB V : Penutup. Merupakan bagian akhir dari skripsi ini, berisi kesimpulan, dan saran.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Wakaf

Wakaf secara etimologi, kata wakaf berasal dari kata *waqafa-yaqifu-waqafan*, yang mempunyai arti berdiri, tegak, menahan. Istilah fikih yang semakna dengan wakaf antara lain, *al-habs* dan *as-sabiil*, maka tidak heran di dalam kitab Imam Syafi’I dan *al-kutub as-sittah* menyebut wakaf dengan menggunakan lafaz *al-habs*.¹⁰ Baik *al-habs* maupun *al-waqf* sama-sama mengandung makna *al-imsak* (menahan), *al-man‘u* (mencegah atau melarang), dan *at-tamakkus* (diam). Disebut menahan karena wakaf ditahan dari kerusakan, penjualan dan semua tindakan yang tidak sesuai dengan tujuan wakaf. Dikatakan menahan, juga karena manfaat dan hasilnya ditahan dan dilarang bagi siapa pun selain dari orang-orang yang berhak atas wakaf tersebut. Selain disamakan dengan *al-habs*, kata *waqf* juga disamakan dengan *at-tasbil* yang bermakna mengalirkan manfaatnya. Hal ini sebagaimana sabda Nabi, “Tahan pokoknya dan alirkan hasilnya” (HR. al-Bukhari).¹¹ Sedangkan secara *syara’* bahwa wakaf berarti menahan harta dan memberikan manfaatnya di jalan Allah.¹²

Menurut Prof. DR. M.A. Mannan, wakaf ialah suatu yang substansi (wujudnya aktiva)-nya dipertahankan, sementara hasil atau manfaatnya digunakan sesuai dengan keinginan dari orang yang menyerahkan (pewakaf/wakif), dengan demikian wakaf berarti proses legal oleh seseorang yang melakukan amal nyata yang besar (Mannan, 2001, 30).¹³

Pengertian wakaf menurut Undang Undang No.41 tahun 2004 adalah perbuatan hukum wakif untuk memisahkan sebagian benda miliknya,

¹⁰ Nurul Huda, Mohamad Heykal, Lembaga keuangan islam, Prenada media, jakarta cetakan 3, 2015, h.309.

¹¹ Abdurrohman Kasdi, Fiqih Wakaf dari wakaf klasik hingga wakaf produktif, Idea Press, Yogyakarta, 2017, h.7.

¹² Sayyid Sabiq, Fiqih Sunnah, Pena pundi aksara, Jakarta catakana I, jilid 4 2006, h.421.

¹³ Muhammad Ash-Shiddiqy, Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan dan Akses Informasi Terhadap Keputusan wakif untuk Berwakaf Uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY, skripsi, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga), h.14.

untuk dimanfaatkan selamanya atau dalam jangka waktu tertentu sesuai kepentingannya guna keperluan ibadah atau kesejahteraan umum menurut syariah.¹⁴

Secara umum tidak terdapat ayat al-Qur'an yang menerangkan konsep wakaf secara konkrit tekstual. Wakaf termasuk *infaq fi sabilillah*, maka dasar yang digunakan para ulama dalam menerangkan konsep wakaf ini didasarkan pada keumuman ayat-ayat al-Qur'an yang menjelaskan tentang *infaq fi sabilillah*. Di antara ayat-ayat tersebut

antara lain:

(مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ
وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَسِعُ عَلِيمٌ (٢٦١))

Kehujjahannya adalah: bahwa orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah akan dilipatgandakan pahalanya sampai tujuh ratus lipat, dan di antara perbuatan menafkahkan harta di jalan Allah adalah wakaf.¹⁵

(لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ (٩٢))

Kehujjahannya adalah: kebaikan akan tergapai dengan wakaf. Hal ini berdasarkan riwayat bahwa Abu Talhah ketika mendengar ayat tersebut, beliau bergegas untuk mewakafkan sebagian harta yang ia cintai, yaitu Beiruha', sebuah kebun yang terkenal dengan kesuburannya. Rasulullah telah menasehatinya agar ia menjadikan perkebunannya itu sebagai wakaf. Maka Abu Talhah mengikuti nasehat Rasulullah tersebut. Abu Ubaid mengatakan bahwa walaupun kata infak dalam ayat di atas menunjukkan arti sunnah, namun umat Islam selalu dianjurkan untuk merealisasikan dan untuk mencapai tujuan infak tersebut. Dengan demikian, ayat di atas menjadi dalil atas disyariatkannya wakaf.¹⁶

Ayat-ayat di atas secara umum memerintahkan untuk menafkahkan harta benda untuk kebaikan di jalan Allah, tidak secara tegas

¹⁴ Undang Undang No.41 tahun 2004.

¹⁵ Kasdi, Fiqih..., h.23.

¹⁶ Kasdi, Fiqih..., h.22.

memerintahkan wakaf. Namun demikian, wakaf berdasarkan pengertian di depan masuk dalam makna ayat-ayat di atas, karena harta benda yang diwakafkan disyaratkan harus memberikan manfaat bagi kepentingan umat.

Hadis riwayat Muslim dari Abu Hurairah, Rasulullah bersabda:

Telah meriwayatkan kepada kami, Yahya bin Ayyub, Qutaibah dan Ibn Hujr, mereka berkata, ‘Telah meriwayatkan kepada kami Isma‘il dari al-‘Ala’ dari ayahnya dari Abu Hurairah, bahwasanya Rasulullah Saw. bersabda, “Jika seorang manusia meninggal, maka terputuslah seluruh amalnya, kecuali tiga perkara: sadaqah jariyah, ilmu yang bermanfaat dan anak salih yang mendoakannya" (HR. Muslim, 1929: 68).

Kehujjahannya adalah: sadaqah jariyah diterangkan oleh para ulama dengan nama wakaf. Imam Nawawi berkata bahwa dalam hadis tersebut ada dalil atas benarnya hukum wakaf dan agungnya pahala bagi yang melakukannya (Syarah Sahih Muslim 11/85). Sedangkan Imam Muhammad Ismail al-Kahlani menyebutkan penafsiran para ulama terhadap kata sadaqah jariyah dengan mengatakan Hadis tersebut dikemukakan di dalam bab wakaf, karena para ulama menafsirkan sadaqah jariyah dengan wakaf.¹⁷

Hadis riwayat Bukhari dan Muslim dari Abdullah ibn Umar:

Dari Ibn Umar ra., ia berkata, “Bahwa sahabat Umar ra., memperoleh sebidang tanah di Khaibar, kemudian Umar, menghadap Rasulullah Saw. untuk meminta petunjuk, Umar berkata, “Wahai Rasulullah, saya mendapat sebidang tanah di Khaibar, saya belum mendapat harta sebaik itu, maka apakah yang engkau perintahkan kepadaku?” Rasulullah bersabda, “Bila engkau suka, engkau tahan pokoknya, dan engkau sedekahkan hasilnya.” Kemudian Umar menyedekahkannya, harta itu tidak dijual, tidak dihibahkan dan tidak diwariskan. Ibn Umar berkata, “Umar menyedekahkannya (hasil pengelolaan tanah) kepada orang-rang fakir, kaum kerabat, hamba sahaya, sabilillah, ibnu sabil dan tamu. Tidak dilarang bagi yang mengelola (nazir) wakaf, makan dari hasilnya dengan cara yang baik (sepantasnya) atau memberi makan orang lain dengan tidak bermaksud menumpuk harta” (HR. Bukhari, 1319 H: 2737 dan Muslim, 1929 M: 1632).

Kehujjahannya adalah: hadis di atas sangat jelas menerangkan tentang wakaf, karena dua hal: pertama, nasehat Rasulullah kepada Umar untuk

¹⁷ Kasdi, Fiqih..., h.26.

menahan pokoknya dan menyedekahkan hasilnya, ini merupakan esensi dari wakaf. Kedua, hadis ini ditutup dengan keterangan tentang hak nazir yang boleh makan dari hasilnya dengan cara yang baik atau memberi makan orang lain dengan tidak bermaksud menumpuk harta. Tidak diragukan lagi bahwa dua ketentuan di atas merupakan ciri-ciri tentang wakaf.

Hadis-hadis di atas sudah menunjuk secara spesifik makna wakaf; hadis pertama menyatakan sadaqah jariyah adalah merupakan bagian dari amalan yang tidak akan putus pahalanya, hadis kedua sudah memperinci wakaf secara detil, yaitu menahan pokoknya dan menyedekahkan hasilnya untuk kepentingan fakir miskin dan mereka yang membutuhkan.

Dalam konteks negara Indonesia, praktik wakaf sudah dilaksanakan oleh masyarakat Muslim Indonesia sejak sebelum merdeka. Pemerintah Indonesia pun telah menetapkan undang-undang khusus yang mengatur tentang perwakafan di Indonesia, yaitu Undang-undang No 41 tahun 2004 tentang Wakaf. Untuk melengkapi Undang-undang tersebut, pemerintah juga telah menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2006 tentang pelaksanaan Undang-undang Nomor 41 tahun 2004.

2. Wakif

Wakif adalah pihak yang mewakafkan harta benda miliknya (Departemen Agama RI, 2007, 21). Adapun syarat-syarat orang yang mewakafkan (wakif) adalah setiap wakif harus mempunyai kecakapan melakukan tabarru', yaitu melepaskan hak milik tanpa imbalan materiil, artinya mereka telah dewasa (baligh), berakal sehat, tidak di bawah pengampuan dan tidak karena terpaksa berbuat (Sari, 2006, 59). Dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomer 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf, wakif meliputi:

- a. Perorangan adalah apabila memenuhi persyaratan dewasa, berakal sehat, tidak terhalang melakukan perbuatan hukum dan pemilik sah harta benda wakaf.
- b. Organisasi adalah apabila memenuhi ketentuan organisasi untuk mewakafkan harta benda wakaf milik organisasi sesuai dengan anggaran dasar organisasi yang bersangkutan.
- c. Badan hukum adalah apabila memenuhi ketentuan organisasi untuk mewakafkan harta benda wakaf milik badan hukum sesuai dengan anggaran dasar badan hukum yang bersangkutan.

Syarat wakif adalah sehat akalnya, dalam keadaan sadar, tidak dalam keadaan terpaksa atau dipaksa, dan telah mencapai umur baligh.¹⁸ Wakif adalah pemilik sempurna harta yang diwakafkan dan cakap.¹⁹ Dalam versi pasal 215 (2) KHI jo. pasal 1 (2) PP 28/1977 dinyatakan: "Wakif adalah orang atau orang-orang ataupun badan hukum yang mewakafkan benda miliknya". Adapun syarat-syarat wakif adalah: (1) Badan-badan hukum Indonesia dan orang atau orang-orang yang telah dewasa dan sehat akalnya serta yang oleh hukum tidak terhalang untuk melakukan perbuatan hukum, atas kehendak sendiri dapat mewakafkan benda miliknya dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku. (2) Dalam hal badan-badan hukum, maka yang bertindak untuk dan atas namanya adalah pengurusnya yang sah menurut hukum (Pasal 3 Peraturan Pemerintah 28/1977). Sebagai ibadah tabarru' (mendermakan harta), wakaf memang tidak mengharuskan adanya qabul.²⁰ Ini harus dipahami dan jangan sampai salah dalam interpretasi (penafsiran) bahwa dalam pelaksanaannya, wakaf perlu disertai dengan bukti-bukti tertulis, agar tindakan hukum *wakaf* mempunyai kekuatan hukum dan menciptakan tertib administrasi. Dasarnya pun sebenarnya sangat jelas, karena ayat

¹⁸ Abi Yahya Zakariya al-Anshary, Fath al-Wahhab, Juz I, Beirut: Dar al-Fikr, t.th, , h. 256

¹⁹ Ahmad Rofiq, Hukum Islam di Indonesia, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997, h. 493.

²⁰ Ahmad Rofiq, Fiqh Kontekstual, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h. 322.

muamalah dalam QS. al-Baqarah 282, tentang perintah mencatat dalam urusan utang piutang, dapat menjadi analogi dalam pencatatan *wakaf*.²¹

(يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بِيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَحْسَبْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيَّهُ بِالْعَدْلِ وَاَسْتَشْهَدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشَّاهِدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبُ الشَّاهِدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمَعُ لَكُمْ سَاعِرًا وَلَا كَافِرًا أُولَٰئِكَ هُمُ الْفٰسِقُونَ وَأَنْتُمْ يُعْلَمُونَ وَإِنْ تَقُولُوا فَنُفِخَ بَعْدَ ذَلِكَ نُفُوسًا فَسَوْفَ بَعَثُمْ فِيكُمْ جَنَّاتٍ فَالْجَنَّةُ قَائِمَةٌ فَسَوْفَ نَكْتُبُ عَلَيْكُمْ جَنَاحًا أَلَّا تَكْتُمُوا مَا لَمْ يَكُنْ عَلَيْكُمْ فَتَنْتَهُنَّ مِنْهُ وَأَنْتُمْ تُؤْتُونَهُ وَلَا تَلْمِزُوا فِيهِمْ وَلَا تُخَالِفُوا بِحُكْمِ اللَّهِ إِنَّهُ كَانَ لَكَلِمَةً تَعْلَمُونَ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ (٢٨٢)

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua oang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”

3. Keputusan Wakif

Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang akan memutuskan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Langkah-langkah dalam mengambil keputusan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif yang akhirnya bisa menuntun seseorang dalam mengambil

²¹ h. 85.

keputusan. Tidak semua situasi pengambilan keputusan konsumen menerima tingkat pencarian informasi yang sama.²²

Keputusan didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan sebuah keputusan.²³

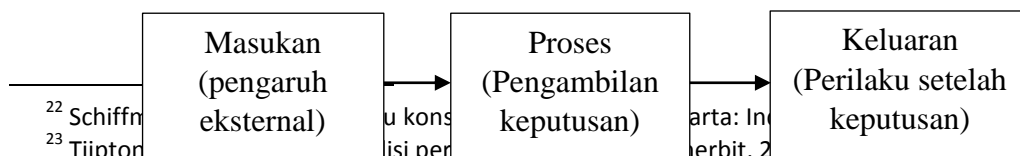
Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Suatu keputusan (decision) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantaranya beberapa perilaku yang berbeda.²⁴

Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan pembelian akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.²⁵ keputusan pembelian adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.²⁶

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan dan perilaku pasca pembelian.

Schiffman dan Kanuk (2008) merancang hubungan yang memberikan gambaran menyeluruh mengenai pengambilan keputusan.²⁷ Model tersebut mempunyai tiga komponen utama seperti yang disajikan pada Gambar 2.1.

Gambar 2. 1
Model Sederhana Mengenai Keputusan Pembelian



²² Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2003, h. 491.
²³ Tjiptono, *Service, Quality and Satisfaction*, edisi ketiga, Yogyakarta: Andi, 2011, h. 25.
²⁴ Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2003, h. 341.
²⁵ Kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi dua belas, Jakarta: Erlangga, 2012, h. 188.
²⁶ Tjiptono, *Service, Quality and Satisfaction*, edisi ketiga, Yogyakarta: Andi, 2011, h. 25.
²⁷ Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2003, h. 491.

Sumber: Schiffman dan Kanuk (2008:491)

Berikut adalah penjelasan dari Gambar 2.3:

a. Masukan

Merupakan komponen yang memengaruhi berbagai pengaruh luar yang berlaku sebagai sumber informasi mengenai produk tertentu dan memengaruhi nilai-nilai, sikap, dan perilaku konsumen yang berkaitan dengan produk. Terdapat dua masukan dimana masukan pemasaran merupakan usaha langsung untuk mencapai, memberikan informasi, dan membujuk konsumen untuk membeli dan menggunakan produknya. Kemudian, Pengaruh kelas sosial, budaya, dan subbudaya, walaupun kurang nyata, merupakan faktor-faktor masukan yang penting yang dihayati dan diserap dan memengaruhi bagaimana para konsumen akhirnya menilai menerima atau mengolah produk.

b. Proses

Berhubungan dengan cara konsumen mengambil keputusan. Untuk memahami proses ini bidang psikologi mempengaruhi dalam diri dalam proses pengambilan keputusan konsumen. dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:

- 1) Pengenalan kebutuhan terjadi ketika konsumen dihadapkan dengan suatu masalah. Di kalangan konsumen ada dua tipe pengenalan kebutuhan, yaitu tipe keadaan yang sebenarnya yang merasa bahwa mereka mempunyai masalah ketika sebuah produk tidak dapat berfungsi secara memuaskan dan tipe keadaan yang diinginkan, dimana bagi mereka keinginan terhadap sesuatu yang baru dapat menggerakkan proses keputusan.
- 2) Penelitian sebelum pembelian dilakukan ketika konsumen biasanya mencoba mengingat sebelum mencari berbagai informasi eksternal mengenai kebutuhan yang berhubungan dengan konsumsi tersebut. Pengalaman yang lalu

dianggap sebagai sumber informasi internal kemudian terdapat juga sumber informasi pemasaran dan informasi nonkomersial sebagai sumber informasi eksternal seperti perbedaan gender, harga.

- 3) Penilaian alternatif konsumen cenderung menggunakan dua macam informasi seperti daftar merk yang akan mereka rencanakan untuk dipilih dan kriteria yang akan mereka pergunakan untuk menilai setiap merk.

c. Keluaran

Dalam mengambil keputusan konsumen menyangkut dua kegiatan pasca pembelian yang berhubungan dengan perilaku pembelian dan penilaian pasca pembelian, yaitu:

- 1) Perilaku pembelian dimana konsumen melakukan tiga tipe pembelian, yaitu pembelian percobaan, pembelian ulangan, dan pembelian komitmen jangka panjang. Ketika konsumen membeli suatu produk untuk pertama kalinya lebih sedikit dari biasanya pembelian ini dianggap sebagai pembelian percobaan. Pembelian ulang dilakukan ketika suatu merk atau produk sudah mapan sehingga dapat memuaskan dibanding merk-merk lain. Lalu, komitmen jangka panjang dilakukan ketika konsumen tidak mungkin untuk melakukan percobaan yang akhirnya mengubah penilaian mereka.
- 2) Penilaian pasca pembelian timbul ketika kinerja yang sesungguhnya sesuai dengan harapan yang menimbulkan perasaan netral, kinerja melebihi harapan, yang menimbulkan apa yang dikenal sebagai pemenuhan harapan secara positif, dan kinerja dibawah harapan yang menimbulkan pemenuhan harapan secara negative dan ketidakpuasan.

Menurut Kotler (1995) dalam Hutomo (2018) untuk menentukan keputusan pembelian, perusahaan dapat menggunakan empat indikator berikut:

- a. Kemantapan pada sebuah produk. Dalam melakukan pembelian, konsumen akan memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada. Pilihan tersebut didasarkan pada kualitas, mutu, harga yang terjangkau, dan faktor-faktor lain yang dapat memantapkan keinginan konsumen untuk membeli produk apakah produk tersebut benar-benar ingin digunakan atau dibutuhkan.
- b. Kebiasaan dalam membeli produk. Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen merasa produk tersebut sudah terlalu melekat di benak mereka karena mereka sudah merasakan manfaat dari produk tersebut. Oleh karena itu, konsumen akan merasa tidak nyaman jika mencoba produk baru dan harus menyesuaikan diri lagi. Mereka cenderung memilih produk yang sudah biasa digunakan.
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. Dalam melakukan pembelian, jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti akan merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain. Mereka ingin orang lain juga merasakan bahwa produk tersebut sangat bagus dan lebih baik dari produk lain.
- d. Melakukan pembelian ulang. Kepuasan konsumen dalam menggunakan sebuah produk akan menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang produk tersebut. Mereka merasa produk tersebut sudah cocok dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan harapkan.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012:188), langkah- langkah dalam proses keputusan pembelian adalah:

- a. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Jika kebutuhan diketahui, maka konsumen akan serta

memahami kebutuhan yang belum perlu segera dipenuhi atau masalah dapat ditunda pemenuhannya. Serta kebutuhan yang sama- sama harus dipenuhi (Kotler dan Keller, 2012:189).

b. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang telah memahami kebutuhannya akan mencari informasi lebih lanjut jika memang kebutuhan tersebut harus dipenuhi. Konsumen mungkin melakukan pencarian lebih banyak terhadap informasi yang mendasari kebutuhan ini.

c. Pengenalan Alternatif

Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin, selanjutnya konsumen menggunakan informasi tersebut untuk mengevaluasi beberapa merek alternatif. Kotler dan Keller (2012:190), evaluasi sering mencerminkan keyakinan dan sikap. Melalui bertindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keyakinan (*belief*) adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu. Keyakinan orang tentang produk atau merek mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Yang tak kalah pentingnya dengan keyakinan dan sikap. Sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosi dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang terhadap objek atau gagasan tertentu.

d. Keputusan Pembelian

Setelah melakukan evaluasi dari beberapa merek, konsumen akan menentukan keputusan apakah membeli atau tidak. Jika keputusan yang diambil adalah membeli, maka pembeli akan menjumpai serangkaian keputusan yang menyangkut jenis pembelian, waktu pembelian dan cara pembelian.

Kotler dan Keller (2012:192) menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen meliputi enam sub-keputusan yaitu keputusan memilih produk, memilih merek, tempat pembelian, kuantitas, waktu dan metode pembayaran. Terkadang dalam pengambilan keputusan akhir ini ada pihak yalin yang memberikan pengaruh terakhir yang

harus dipertimbangkan kembali sehingga dapat merubah keputusan semula secara seketika.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan, ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah melakukan pembelian karena tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya, dan lain sebagainya. Kotler dan Keller (2012:194), menyatakan konsumen yang merasa puas akan memperlihatkan peluang membeli lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya. Konsumen yang merasa puas akan cenderung mengatakan sesuatu yang baik tentang produk tersebut kepada orang lain. Apabila konsumen dalam melakukan pembelian tidak merasa puas dengan produk yang telah dibelinya ada dua kemungkinan yang akan dilakukan konsumen. Pertama, dengan meninggalkan atau konsumen tidak mau melakukan pembelian ulang. Kedua, ia akan mencari informasi tambahan mengenai produk yang telah dibelinya untuk menguatkan pendiriannya mengapa ia memilih produk itu sehingga ketidakpuasan tersebut dapat dikurangi.

Dalam Islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat al-Qur'an yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktifitas. Selain itu konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditekankan pada sikap adil hal ini di sandarkan pada contoh sikap hakim yang harus tegas dan adil dalam memutuskan suatu perkara peradilan. Sebagaimana tertuang dalam surat al-Imran ayat 159 berikut,

(فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (١٥٩)

Artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Selain itu, di dalam Al-Qur'an dijelaskan pula ayat tentang sikap hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al Hujurat ayat 6 yang berbunyi:

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ ۖ) (٦)

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal dikemudian hari. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui seseorang dalam pengambilan keputusan konsumen. Dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, pengambilan keputusan dan perilaku pasca pembelian.

Sebelum memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu produk hendaknya konsumen mengetahui terlebih dahulu kebutuhan dan atau masalah yang dihadapinya. Sehingga paham seperti apa yang dapat menyelesaikan kebutuhan tersebut. Selanjutnya adalah hendaknya terlebih dahulu konsumen mencari informasi apakah produk tersebut baik atau tidak, apakah produk tersebut halal atau tidak untuk dikonsumsi. Hal inilah yang menjadi alasan betapa pentingnya mencari informasi terkait suatu informasi atau berita yang datang. Pentingnya untuk memilih produk yang halal juga dijelaskan dalam beberapa surat di dalam Al Quran. Seperti yang terkandung dalam surat Al Baqarah ayat 168, yakni:

(يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ) (١٦٨)

Artinya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Selain itu dijelaskan pula bahwa umat Islam hendaknya menjauhi segala yang haram seperti yang dijelaskan dalam surat Al Maidah ayat 3 yakni:

(حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْفُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ الْيَوْمَ يَئِسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَحْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتِمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيَتْ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ (3))

Artinya:

Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Dari beberapa ayat diatas dapat diketahui bahwa penting bagi umat Islam untuk mengkonsumsi segala sesuatu yang halal. Halal disini tidak hanya sekedar bahan-bahan yang terkandung saja, melainkan juga dari sisi cara pengolahannya, tempat pengolahannya serta cara mendapatkannya.

4. Tingkat Pendidikn

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian dan kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat bangsa dan negara (UU RI No. 20 Tahun 2003, tentang SPN).

Menurut Pendapat lain menyatakan bahwa pendidikan adalah aktivitas dan usaha manusia untuk meningkatkan kepribadiannya dengan jalan

membina potensi-potensi kepribadiannya yaitu rohani dan jasmani (Tim pengembangan MKDK IKIP Semarang, 1989, 5).

Penyelenggaraan pendidikan dilaksanakan melalui tiga jalur, yaitu jalur pendidikan formal, non formal dan informal. Jalur pendidikan formal merupakan pendidikan yang diselenggarakan di sekolah melalui kegiatan belajar mengajar secara berjenjang dan berkesinambungan. Jalur pendidikan non formal merupakan pendidikan yang diselenggarakan bagi warga masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah atau pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat. Sedangkan jalur pendidikan informal merupakan pendidikan yang diselenggarakan atau dilakukan oleh keluarga dan lingkungan berbentuk kegiatan belajar secara mandiri.

Menurut UU RI No. 20 Tahun 2003 pasal 1, pada dasarnya jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan. Pendidikan menurut UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Pendidikan adalah aktivitas dan usaha untuk meningkatkan kepribadian dengan jalan membina potensi-potensi pribadinya, yaitu rohani (pikir, cipta, rasa, dan hati nurani) serta jasmani (panca indera dan keterampilan-keterampilan).

Di samping itu dalam UU RI No. 20 Tahun 2003 pasal 3 Pendidikan bertujuan untuk “Mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan dan ketrampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian

yang mantap dan bertanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan”. Untuk mencapai tujuan tersebut, pendidikan diselenggarakan melalui jalur pendidikan sekolah (pendidikan formal) dan jalur pendidikan luar sekolah (pendidikan non formal). Jalur pendidikan sekolah (pendidikan formal) terdapat jenjang pendidikan sekolah, jenjang pendidikan sekolah pada dasarnya terdiri dari pendidikan prasekolah, pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi.

Dengan demikian tingkat pendidikan seseorang akan berpengaruh dengan perkembangan potensi yang dimilikinya termasuk potensi emosional, pengetahuan, sikap dan keterampilan. Dengan kematangan emosional, pengetahuan, sikap yang dimiliki oleh masyarakat sedikit banyaknya akan mempengaruhi keputusan membantu sesama dalam konteks ini yaitu dengan berwakaf. Sehingga keterkaitan antara tingkat pendidikan masyarakat akan berpengaruh terhadap keputusan untuk berwakaf.

Nilai perbuatan seseorang ditentukan dengan ilmu, sehingga antara perbuatan orang yang berilmu dengan perbuatan orang yang tidak berilmu akan berbeda nilainya di sisi Allah SWT berfirman:

قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ ۙ ٩

Katakanlah: "Adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?" (Q.S Az-Zumar:9).²⁸

5. Pendapatan

Dalam kamus bahasa Indonesia pendapatan memiliki makna hasil kerja (usaha, dan lain sebagainya).²⁹

Pendapatan dalam ilmu ekonomi didefinisikan sebagai hasil berupa uang atau hal materi lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa manusia bebas. Sedangkan pendapatan rumah tangga adalah total pendapatan dari setiap anggota rumah tangga dalam bentuk uang atau

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya: Duta Ilmu, 2005

²⁹ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi keempat, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008, Cet. IV, h. 293.

natura yang diperoleh baik sebagai gaji atau upah usaha rumah tangga atau sumber lain. Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu.³⁰

Dari beberapa pendapat di atas mengenai makna pendapatan, dapat ditarik kesimpulan bahwa pendapatan merupakan hasil dari usaha ataupun berupa materi yang dimiliki oleh seseorang.

Menurut Kadariyah, pendapatan seseorang terdiri dari penghasilan berupa upah/gaji, bunga sewa, dividen, keuntungan, dan merupakan suatu arus uang yang diukur dalam suatu jangka waktu, umpamanya seminggu, sebulan atau setahun.³¹ Sumber pendapatan dapat bersifat material, seperti tanah atau non material seperti pekerjaan atau bisa dari keduanya. Sehingga pendapatan terbagi atas penghasilan, gaji/ upah dan keuntungan.³² Sebagaimana Mursyidi yang mengemukakan bahwa laba (profit) atau keuntungan dapat dikategorikan sebagai pendapatan.³³ Menurut Sukirno, gaji adalah pembayaran kepada pekerja-pekerja tetap dan tenaga kerjaprofesional, seperti pegawai pemerintah, dosen, guru, manajer dan akuntan.³⁴

Upah dapat diartikan sebagai penghasilan tenaga kerja. Jumlah uang yang diperoleh selama jangka waktu tertentu (sebulan, seminggu, atau sehari) dan mengacu pada upah minimal tenaga kerja. Islam pun mengakui adanya perbedaan di antara berbagai tingkatan pekerja, karena adanya

³⁰ Yusuf Qardawi, *Hukum Zakat: Studi Komparatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur'an dan Hadits*, diterjemahkan oleh Didin Hafidhuddin dkk dari "Fiqhuz Zakat", Jakarta: Pustaka Litera Antar Nusa, 2004, cet. 7, h. 1033.

³¹ Kadariyah, *Analisa Pendapatan Nasional*, Jakarta: Bina Aksara, 1981, h. 26.

³² Yusuf Qardawi, *op.cit.*, h. 1034.

³³ Mursyidi, *op.cit.*, hlm. 66

³⁴ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar*, edisi ketiga, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, h. 350.

perbedaan kemampuan serta bakat yang mengakibatkan perbedaan penghasilan dan hasil material.³⁵

Selain upah atau gaji pendapatan juga dapat berasal dari keuntungan. Keuntungan menurut teori ekonomi diartikan sebagai pendapatan yang diperoleh para pengusaha sebagai pembayaran dari melakukan kegiatan-kegiatan produksi yang dilakukannya.³⁶

Pendapatan dalam Islam merupakan prinsip keadilan yang sangat dijunjung tinggi dalam setiap urusan baik berkaitan dengan sosial, politik, maupun ekonomi. Dalam urusan ekonomi yang berkaitan dengan pendapatan, Islam mengajarkan bahwa dalam setiap pekerjaan akan mendapat imbalan sesuai apa yang dikerjakan. Seperti ayat yang disebutkan dibawah ini yaitu surat al-Jatsiyah [45]: 22.

(وَخَلَقَ اللَّهُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ بِالْحَقِّ وَلِيُجْزَىٰ كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ (٢٢))

“Dan Allah menciptakan langit dan bumi dengan tujuan yang benar dan agar dibalasi tiap-tiap diri terhadap apa yang dikerjakannya, dan mereka tidak akan dirugikan.”

Dalam ayat diatas menurut Ibnu Katsir menjelaskan tentang profesionalisme dan keadilan dalam melakukan pekerjaan, salah satunya khususnya dalam masalah pembayaran upah, bahwa besar kecilnya upah setiap orang harus ditentukan berdasarkan kerjanya dan sumbangsih dalam kerjasama produksi, untuk itu ia harus dibayar tidak kurang dan tidak lebih dari apa yang ia kerjaan (Syakir, 2002, 1067-1068).

6. Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi

Dalam Kamus Bahasa Indonesia sosialisasi adalah usaha mengubah milik perseorangan menjadi milik umum.³⁷ Upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dan

³⁵ M. Abdul Mannan, Teori dan Praktik Ekonomi Islam, diterjemahkan oleh M. Nastangin dari “Islamic Economics Theory And Practice”, Yogyakarta: Dana Bakti Primayasa, 1997, h. 115-116.

³⁶ Sadono Sukirno, op.cit., h. 351

³⁷ Hamzah Samsuri, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern,(Surabaya: Greisinda Press Surabaya, 2006), h.544.

dihayati oleh masyarakat.³⁸ Sosialisasi wakaf oleh BWA Semarang berarti proses/ usaha untuk menyebarluaskan informasi tentang wakaf kepada masyarakat supaya masyarakat bisa lebih tahu dan mengenal semua tentang wakaf dan peran BWA Semarang.

James W. Vander Zanden mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses interaksi sosial dimana orang memperoleh pengetahuan, sikap, nilai, dan perilaku esensial untuk keikutsertaan (partisipasi) efektif dalam masyarakat.³⁹

Menurut pendapat Soejono Dirjosisworo, bahwa sosialisasi mengandung tiga pengertian, yaitu:

- 1) Proses sosialisasi adalah proses belajar, yaitu suatu proses akomodasi dengan mana individu menahan, mengubah implus-implus dalam dirinya dan mengambil alih cara hidup atau kebudayaan masyarakat.
- 2) Dalam proses sosialisasi itu individu mempelajari kebiasaan sikap, ide-ide, pola-pola nilai dan tingkah laku dan ukuran kepatuhan tingkah laku didalam masyarakat dimana ia hidup.
- 3) Semua sifat dan kecakapan yang dipelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan system dalam diri pribadinya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa ada dua hal penting dalam kegiatan sosialisasi, yaitu tentang proses dan tujuan. Dimana proses yaitu suatu transmisi pengetahuan, sikap, nilai, norma, dan perilaku esensial. Dan tujuan adalah sesuatu yang diperlukan agar mampu berpartisipasi efektif dalam masyarakat.

Berdasarkan jenisnya, sosialisasi dibagi menjadi beberapa sisi diantaranya adalah sosialisasi berdasarkan kebutuhan, dan cara yang

³⁸ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 2008, h. 1085

³⁹ Damsar, Pengantar Sosiologi Pendidikan, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011, h. 65-66

digunakan. Sosialisasi berdasarkan kebutuhannya diklasifikasikan atas sosialisasi primer dan sekunder. Sosialisasi primer adalah suatu proses dimana seorang anak manusia mempelajari atau menerima pengetahuan, sikap, nilai, norma, perilaku esensial, dan harapan agar mampu berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat dan/atau menjadi anggota masyarakat. Sedangkan sosialisasi sekunder adalah setiap proses selanjutnya yang mengimbas individu yang telah disosialisasikan itu ke dalam sektor-sektor baru dari dunia objektif masyarakatnya.⁴⁰

Pendekatan dan metode sosialisasi yang lazim dilakukan adalah tatap muka. Tatap muka adalah kegiatan memberikan motivasi dengan cara berhadapan muka secara langsung antara penyuluh dan peserta suluh dengan pesan tertentu.⁴¹

b. Bentuk Sosialisasi

Bentuk sosialisasi ada dua yaitu sosialisasi primer dan sosialisasi sekunder, berikut penjelasannya:

1) Sosialisasi Primer

Peter I. Berger dan Luckman mendefinisikan sosialisasi primer sebagai sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosialisasi primer berlangsung saat anak berusia 1-5 tahun atau belum masuk ke sekolah. Anak mulai mengenal anggota keluarga dan lingkungan keluarga. Secara bertahap dia mulai mampu membedakan dirinya dengan orang lain disekitar keluarganya. Dalam tahap ini, peran orang-orang terdekat dengan anak menjadi sangat baik sebab seorang anak melakukan pola interaksi secara terbatas didalamnya.

2) Sosialisasi Sekunder

⁴⁰ Damsar, Pengantar Sosiologi Pendidikan....., h. 66-67

⁴¹ Muhammad Hasan, Manajemen Zakat (Model Pengelolaan Yang Efektif), Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, Juni 211, h. 66

Sosialisasi sekunder adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu kedalam kelompok tertentu dalam masyarakat. Salah satu bentuknya adalah resosialisasi dan desosialisasi. Dalam proses resosialisasi, seorang diberi suatu identitas diri yang baru. Sedangkan dalam proses desosialisasi seorang mengalami proses pencabutan identitas diri yang lama.

c. Proses Sosialisasi

Menurut George Herbert Mead George Herbert Mead berpendapat bahwa sosialisasi yang dilakui seseorang dapat dibedakan melalui tahap-tahap berikut:

1) Tahap Persiapan (Preparatory Stage)

Tahap ini dialami sejak manusia dilahirkan, saat seorang anak mempersiapkan diri untuk mengenal dunia sosialnya, termasuk untuk memperoleh pemahaman tentang diri. Pada tahap ini juga anak-anak akan melakukan kegiatan meniru meski tidak sempurna. b. Tahap Meniru (Play Stage) Tahap ini ditandai dengan semakin sempurnanya seorang anak menirukan peran yang dilakukan oleh orang dewasa. Pada tahap ini mulai terbentuk kesadaran tentang nama diri dan siapa nama orang tuanya, kakaknya dan sebagainya.

2) Tahap siap bertindak (Game Stage)

Peniruan yang dilakukan sudah mulai berkurang dan digantikan oleh peran yang secara langsung dimainkan sendiri dengan penuh kesadaran. Kemampuannya menempatkan diri pada posisi orang lain pun meningkat sehingga memungkinkan adanya kemampuan bermain secara bersama-sama. Pada tahap ini lawan berinteraksi semakin banyak dan hubungannya semakin kompleks. Individu mulai berhubungan dengan teman-teman sebaya di luar rumah. Peraturan-peraturan yang berlaku diluar keluarganya secara bertahap juga mulai dipahami. d. Tahap penerimaan norma kolektif (generalized stage) Pada tahap ini seorang telah dianggap dewasa. Dia sudah dapat

menempatkan dirinya pada posisi masyarakat luas. Dengan kata lain, ia dapat bertenggang rasa tidak hanya dengan orang-orang yang berinteraksi dengannya tapi juga dapat dengan masyarakat luas.

d. Media/ Agen Sosialisasi

- 1) Keluarga. Orang pertama yang mengajarkan hal-hal yang berguna bagi perkembangan dan kemajuan hidup manusia adalah anggota keluarga. Oleh karena itu, keluarga dikatakan sebagai tempat pertama dan utama dalam sosialisasi.
- 2) Teman sepermainan dan sekolah. Ketika anak berhubungan dengan nilai-nilai yang bertentangan dengan nilai-nilai yang dimiliki keluarga, hal ini menunjukkan awal sosialisasi kedua yang terjadi di sekolah dan antara kelompok sebaya serta teman sepermainan. Disini anak mulai mengenal harga diri, citra diri, dan hasrat pribadi. Kaidah-kaidah kehidupan seperti ini dijalani oleh anak melalui interaksi.
- 3) Lingkungan Kerja. Lingkungan kerja merupakan proses sosialisasi lanjutan. Ditempat kerja itulah, seseorang memulai berorganisasi secara nyata melalui suatu sistem. Banyak hal yang perlu dipelajari, seperti bagaimana menyelesaikan pekerjaan, bagaimana berhubungan dengan bagian lain dalam berorganisasi, dan bagaimana melakukan adaptasi dengan sesama rekan kerjanya.
- 4) Media Massa. Dikatakan sebagai sarana dalam proses sosialisasi karena media ini banyak memberikan informasi yang dapat menambah wawasan untuk lebih memberikan dan memahami keberadaan manusia dan permasalahan yang ada disekitarnya.⁴²
- 5) Sosialisasi wakaf dapat dilakukan lewat iklan di media massa seperti televisi, radio atau surat kabar. Atau lewat internet dengan mencantumkan program wakaf tunai tersebut di website juga dapat dilakukan lewat event festival, malam amal, dll.⁴³

e. Pola Sosialisasi

⁴² Hendi Suhendi & Ramdani Wahyu, *Pengantar Studi Sosiologi Keluarga* (Bandung Pustaka Setia, 2001), h. 100.

⁴³ Ahmad Furqon, Analisis Praktik Perwakafan Uang Pada Lembaga Keuangan Syariah, *Walisongo*, Volume 19, Nomor 1, Mei 2011 165

Dalam sosialisasi dikenal dua macam pola sosialisasi, yaitu sosialisasi represif dan sosialisasi partisipatif.

1) Sosialisasi represif

Dimasyarakat seringkali ada orang tua yang memberikan hukuman fisik pada anak yang tidak menaati perintahnya. Ini merupakan bentuk sosialisasi represif yang ada disekitar kita. Sosialisasi represif yang lebih menekankan penggunaan hukuman, terutama hukuman fisik terhadap kesalahan yang dilakukan anak. Adapun ciri-ciri sosialisasi represif di antaranya adalah sebagai berikut.

- a) Menghukum perilaku yang keliru.
- b) Adanya hukuman dan imbalan materiil.
- c) Kepatuhan anak kepada orang tua.
- d) Perintah sebagai komunikasi.
- e) Komunikasi nonverbal atau komunikasi satu arah yang berasal dari orang tua.
- f) Sosialisasi berpusat pada orang tua.
- g) Anak memerhatikan harapan orang tua.
- h) Dalam keluarga biasanya didominasi orang tua.

Sosialisasi represif umumnya dilakukan oleh orang tua yang otoriter. Sikap orang tua yang otoriter dapat menghambat pembentukan kepribadian seorang anak. Anak tidak dapat membentuk sikap mandiri dalam bertindak sesuai dengan perannya. Seorang anak yang sejak kecil selalu dikendalikan secara berlebihan oleh orang tuanya, setelah dewasa ia tidak akan berani mengembangkan diri, tidak dapat mengambil suatu keputusan, dan akan selalu bergantung pada orang lain. Kata-kata 'harus', 'jangan', dan 'tidak boleh ini dan itu' akan selalu terganggang dalam pikirannya.

2) Sosialisasi Partisipatif

Pola ini lebih menekankan pada interaksi anak yang menjadi pusat sosialisasi. Dalam pola ini, bahasa merupakan sarana yang paling baik sebagai alat untuk membentuk hati nurani seseorang dan sebagai perantara dalam pengembangan diri. Dengan bahasa, seseorang belajar

berkomunikasi, belajar berpikir, dan mengenal diri. Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa sosialisasi partisipatif memiliki ciri-ciri antara lain sebagai berikut:

- a) Memberikan imbalan bagi perilaku baik
- b) Hukuman dan imbalan bersifat simbolis
- c) Otonomi anak
- d) Interaksi sebagai komunikasi
- e) Komunikasi verbal atau komunikasi dua arah, baik dari anak maupun dari orang tua
- f) Sosialisasi berpusat pada anak
- g) Orang tua memerhatikan keinginan anak
- h) Dalam keluarga biasanya mempunyai tujuan yang sama

f. Proses dan Tujuan Sosialisasi

Proses sosialisasi pada hakikatnya adalah proses belajar berinteraksi bagi individu ditengah-tengah masyarakat. Dalam arti luas proses sosialisasi adalah proses komunikasi dan proses interaksi yang dilakukan oleh seorang individu selama hidupnya sejak lahir sampai dengan meninggal. Sosialisasi pada dasarnya bertujuan agar seorang individu mampu berinteraksi dengan orang lain sesuai dengan tata pergaulan yang ada dalam masyarakatnya. Tetapi pada hakikatnya sosialisasi merupakan proses alamiah yang harus dijalani oleh setiap orang untuk mencapai kedewasaan perilaku social. Hal-hal yang diperoleh dalam proses sosialisasi adalah pengetahuan-pengetahuan untuk membekali seorang individu dalam melakukan pergaulan ditengah-tengah masyarakat antara lain:

- 1) Untuk mengetahui nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku didalam suatu masyarakat.
- 2) Untuk mengetahui lingkungan social baik lingkungan social tempat individu bertempat tinggal maupun lingkungan social yang baru.
- 3) Untuk mengetahui lingkungan fisik yang baru.
- 4) Untuk mengetahui lingkungan social budaya suatu masyarakat.

Banyaknya calon wāqif yang melakukan wakaf uang adalah karena promosi wakaf uang yang dilakukan oleh BWI. BWI telah melakukan berbagai macam metode fundraising wakaf uang, diantaranya: pencanangan Gerakan Nasional Wakaf Uang, meluncurkan website BWI (www.bwi.or.id), publikasi wakaf di media massa (cetak dan online), Talk show sosialisasi wakaf di televisi dan sosialisasi wakaf produktif ke ormas-ormas Islam.⁴⁴

Dalam perpajakan, sosialisasi menurut Siti Kurnia Rahayu adalah kegiatan penyuluhan atau sosialisasi perpajakan secara intensif dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui pendidikan formal maupun non formal akan berdampak positif terhadap pemahaman dan kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak sehingga jumlah wajib pajak akan meningkat.⁴⁵

Jika dalam pajak bisa berpengaruh demikian, maka sosialisasi tentang wakaf juga bisa memberikan pengaruh kepada wakif nantinya sehingga mereka sadar akan manfaat dari wakaf. Sosialisasi sangat penting dalam sebuah perkembangan pengetahuan di masyarakat, sebab dengan adanya sosialisasi menambah wawasan masyarakat akan suatu hal yang penting. Seperti halnya pengetahuan masyarakat akan wakaf, jika tidak ada sosialisasi dari pihak lembaga wakaf tentunya lapisan masyarakat tidak mengetahui apa saja dan bagaimana wujud dari bentuk dari pengelolaan wakaf ini. Padahal pengaruhnya sangat besar jika pengelolaan dilakukan secara optimal bahkan bisa mengentaskan masyarakat dari kemiskinan, kebodohan dan keterbelakangan. Keberhasilan tersebut tentunya tidak lepas dari kesadaran dari masyarakat sendiri yang umumnya mampu untuk berwakaf. Maka dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa sosialisasi adalah satu bentuk kegiatan yang dilakukan dengan cara memberikan pengertian, informasi dan pembinaan kepada masyarakat sehingga mengeluarkan hartanya untuk berwakaf.

⁴⁴ Ibid, h.166

⁴⁵ Siti Kurnia Rahayu, *Perpajakan Indonesia: Konsep dan Aspek Formal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 141.

Sosialisasi bila dilihat dari segi penyampaian informasi tentang zakat - wakaf-, maka ia bisa juga disebut sebagai dakwah. Dakwah adalah usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap batin, dan prilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam menjadi sesuai dengan tuntutan syariat untuk memperoleh kebahagiaan hidup dunia dan akhirat.⁴⁶

Kegiatan sosialisasi dalam wakaf juga merupakan kegiatan dakwah, di dalam al-Quran juga menjelaskan bagaimana tatacara berdakwah yang efektif, hal itu terdapat dalam surat An-Nahl: 125 yang berbunyi

(أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِّ لَهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۙ (١٢٥)

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Sosialisasi mengenai wakaf juga merupakan bagian dari “Sabili Rabbika” jalan menuju Rabb. Untuk mendekatkan diri kepada Allah dengan jalan menunaikan apa yang menjadi perintahnya, menyeru dengan hikmah dan nasehat yang baik, tanpa paksaan.

7. Citra Lembaga

a. Pengertian citra lembaga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian citra adalah: (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.⁴⁷ Frank Jeffkins dalam bukunya PR Technique, menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang/individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Menurut

⁴⁶ M. Munir, Wahyu Ilaihi, Manajemen Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 21

⁴⁷ Soleh Soemirat, Dasar-dasar Public Relation, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), h. 114.

Kotler dalam Firsan Nova, pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu.⁴⁸

Jadi citra lembaga adalah kesan atau persepsi seseorang terhadap lembaga atau produknya yang dipengaruhi oleh faktor di luar kontrol lembaga.

b. Elemen Citra Perusahaan

Menurut Shirley Harrison (dalam Nur'Aini 2015) informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut:⁴⁹

- 1) Personality, keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial.
- 2) Reputation, hal yang dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain, seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
- 3) Value, nilai-nilai yang dimiliki perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
- 4) Corporate Identity, adalah komponen-komponen yang mempermudah mengenal publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra

⁴⁸ Firsan Nova, *CRISIS Publik Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 298-299.

⁴⁹ Hanifah Nur'Aini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga, Dan Religiusitas Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi Pada Pos Kealdilan Peduli Ummat (PKPU) Cabang Yogyakarta", (Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2012), h. 33

Citra perusahaan memiliki lima dimensi seperti yang dirumuskan oleh LeBlanc dan Nguyen yang mana kelima dimensi tersebut secara rinci terdiri dari:⁵⁰

- 1) Identitas Perusahaan (*Corporate Image*) merupakan karakteristik (kepribadian) dan ciri-ciri khusus yang melekat pada perusahaan, seperti nama, logo, harga yang ditawarkan, level dan kualitas iklan yang mudah dipahami oleh konsumen. Komponen identitas perusahaan ini memiliki peran yang sangat penting sebagai *Positioning* perusahaan dalam lingkungan persaingan industri.
- 2) Reputasi Perusahaan (*Corporate Reputation*) merupakan jaminan akan kualitas pelayanan dari perusahaan, yang merupakan bentuk dari tindakan yang dilakukan perusahaan secara konsisten sepanjang waktu. Reputasi berkaitan dengan jaminan akan pelayanan yang handal, dan tidak ada kegagalan/cacat (*Zero Defect*). Reputasi perusahaan selalu dijadikan sebagai pertimbangan oleh konsumen untuk memutuskan menggunakan pelayanan yang sama di waktu yang akan datang, hal ini dikarenakan reputasi perusahaan merefleksikan kredibilitas perusahaan yang dapat dipercaya.
- 3) Pelayanan Yang Ditawarkan (*Service Offering*) merupakan bentuk tindakan dari perusahaan yang berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik pada konsumen, seperti menyediakan berbagai kemudahan-kemudahan yang dibutuhkan konsumen dalam melakukan transaksi di perbankan.
- 4) Lingkungan Fisik (*Physical Environment*) merupakan kondisi lingkungan pada saat jasa diproduksi oleh konsumen yang dapat mendukung kenyamanan konsumen selama menggunakan jasa perusahaan. Kondisi lingkungan dapat berupa tampilan tata ruang yang menarik, tampilan karyawan, fasilitas ruangan yang baik,

⁵⁰ Rifyal Dahlawy Chalil, "Peran Keterlibatan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan Pada Loyalitas Jasa", *tesis* tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2012), h. 24-26.

suasana yang nyaman, dan lainnya. Lingkungan fisik sangat mendukung komunikasi yang dilakukan perusahaan terkait dengan citra yang akan dibentuk.

- 5) Hubungan Perseorangan (Contact Personnel) merupakan bentuk interaksi yang dilakukan oleh para karyawan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh konsumen sangat bergantung dari cara penyampaian pelayanan yang dilakukan oleh karyawan. Pelayanan yang baik, professional, dan penuh kesungguhan merupakan kunci utama dari kualitas pelayanan yang disampaikan.

Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi kepada umatnya untuk saling mengenal antara satu dengan yang lain, karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan antara satu dengan yang lain dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan saling mengenal antara seorang dengan orang disekitarnya juga tercantum dalam Al-Qur'an pada Surat Al-Hujuraat : 13

(يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَمُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ١٣)

“Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.”

Dalam proses membangun brand image atas produk yang dijual, tentunya pemilik suatu usaha menjaga kualitas barang yang dijualnya. Agar kualitas produk tidak terletak pada satuan-satuan barangnya, namun juga bertujuan untuk mencapai kualitas yang menyeluruh, keberhasilan jangka panjang, pengembangan menuju ke arah yang lebih baik secara kontinu dan terus menerus dengan tujuan untuk memuaskan konsumen.

Dalam Al-Qur'an dikatakan bahwa kualitas itu mempunyai prinsip-prinsip umum yang sebagaimana disebutkan dibawah ini:⁵¹

- a. Bekerja dengan baik, membuat rancangan strategi dengan prinsip untuk membuat pekerjaan selalu menjadi baik. Pekerjaan hari ini lebih baik daripada kemarin dan esok lebih baik daripada hari ini. Dijelaskan dalam Al-Qur'an yang terjemahannya:

"Yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya." (Q.S Al-Mulk: 2)

- b. Membuat sistem pengawasan, dalam pengawasan manusia sangat mengandalkan dirinya sendiri dengan mengingat bahwa Allah akan melihat pekerjaannya. Dijelaskan dalam Al-Qur'an yang terjemahannya:

"... Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu..." (Q.S At-Taubah: 105).

Pengawasan diperlukan juga tidak hanya pada entitas profit tapi juga pada entitas non profit (Warno: 2016)⁵² salah satu entitas yang kategori non profit adalah lembaga wakaf.

Konsep pengawasan terhadap praktek keuangan yang dilakukan pada lembaga keuangan syariah memiliki sejumlah landasan, yaitu landasan syariah dan landasan hukum positif yang berlaku di Indonesia. Landasan syariah yang biasa diacu misalnya adalah pemahaman terhadap QS. Al-Ashr [103] ayat 1-3 yang terjemahannya adalah:

"Demi masa.Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran."

Pemahaman dan pemaknaan secara luas terhadap ayat-ayat dalam surat ini menunjukkan bahwa manusia pada umumnya akan

⁵¹ Ali Muhammad Taufiq, 2004, Praktik Manajemen Berbasis Al-Qur'an, Gema Insani, Jakarta, h. 161-166

⁵² Warno, Akuntabilitas Pengelolaan Zakat Infak dan Shodaqoh (ZIS) Dalam Penerapan UU Pengelolaan Zakat No. 23 Tahun 2011 Pada Lembaga Pengelola Zakat, JURNAL STIE SEMARANG, VOL 8, NO 2, Edisi Juni 2016, h.157

mengalami kerugian kecuali jika mampu saling menasehati atau saling mengontrol.⁵³

- c. Memuaskan pelanggan, hendaknya target utama semua pihak adalah mewujudkan ridha Allah, yaitu dengan meniatkan seluruh kerja, usaha, dan kehidupannya kepada Allah. Allah-lah yang harus diraih keridhaan-Nya,

“Allah ridha terhadap mereka dan mereka pun ridha kepada-Nya” (Al-Bayyinah: 8)

- d. Menguasai ilmu terlebih dahulu sebelum bekerja, suatu pekerjaan siasia jika tidak disertai dengan ilmunya,

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya” (Al-Israa’: 36).

Dan hal ini tidak hanya untuk mewujudkan pekerjaan yang sukses saja, juga mencakup tanggung jawab untuk menggunakan nikmat-nikmat dalam dirinya,

“Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan dimintai pertanggung jawabannya” (Al-Israa’: 36)

- e. Perencanaan sebelum pelaksanaan, seseorang manusia yang berakal hendaknya berjalan di atas manhaj dan perencanaan menuju tujuan tertentu, yang membedakannya dengan orang lain yang berjalan tidak dengan tujuan tertentu.

- f. Semangat tim, hasil produksi itu bergantung pada sejauh mana kekuatan kerja sama tim, bukan atas satu individu saja,

“... Apa yang telah dikuasakan oleh Tuhanku kepadaku terhadapnya adalah lebih baik, maka tolonglah aku dengan kekuatan (manusia dan alat-alat)...” (Q.S Al-Kahfi: 95)

- g. Memperhatikan kualitas sebelum kuantitas, kualitas yang tinggi lebih baik daripada banyak produk tanpa kualitas,

“Katakanlah, Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang yang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan.” (Q.S Al-Maa’idah: 100)

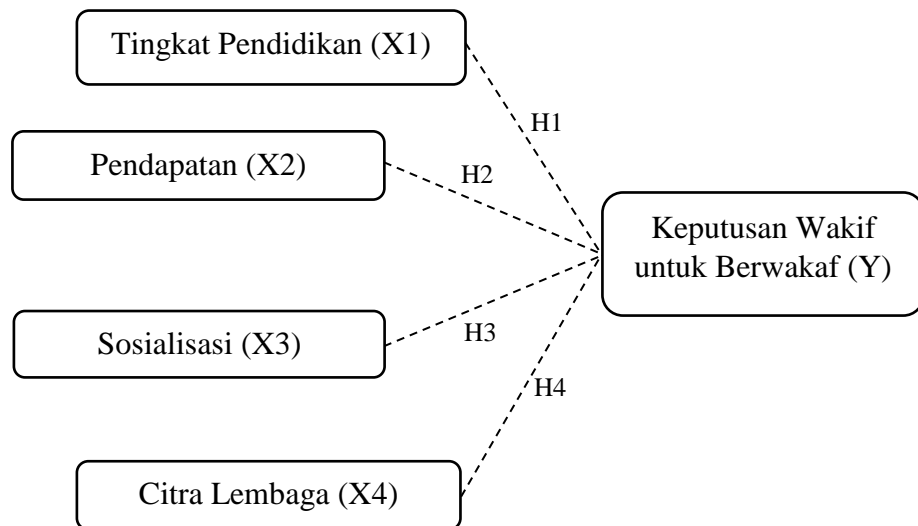
⁵³ Ibid, h. 157-158

8. Kerangka Pemikiran

Model konseptual yang didasarkan pada tinjauan pustaka, maka kerangka Pemikiran teoritik penelitian dijelaskan pada gambar 2.2

Gambar 2. 2

Pengaruh X terhadap Y



B. Hipotesis

1. Tingkat Pendidikan

Pendidikan menurut UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan untuk dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Pendidikan adalah aktivitas dan usaha untuk meningkatkan kepribadian dengan jalan membina potensi-potensi pribadinya, yaitu rohani (pikir, cipta, rasa, dan hati nurani) serta jasmani (panca indera dan keterampilan-keterampilan).

Tingkat pendidikan seseorang akan berpengaruh dengan perkembangan potensi yang dimilikinya termasuk potensi emosional, pengetahuan, sikap dan keterampilan. Dengan kematangan emosional, pengetahuan dan sikap yang dimiliki oleh masyarakat sedikit banyaknya

akan mempengaruhi keputusan membantu sesama dalam konteks ini yaitu dengan berwakaf. Sehingga keterkaitan antara tingkat pendidikan masyarakat akan berpengaruh terhadap keputusan wakif untuk berwakaf. Berdasarkan penjelasan teori tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Tingkat pendidikan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Wakif untuk Berwakaf.

2. Pendapatan

Pendapatan dalam Islam merupakan prinsip keadilan yang sangat dijunjung tinggi dalam setiap urusan baik berkaitan dengan sosial, politik, maupun ekonomi. Dalam urusan ekonomi yang berkaitan dengan pendapatan, Islam mengajarkan bahwa dalam setiap pekerjaan akan mendapat imbalan sesuai apa yang dikerjakan. Setelah orang melakukan pekerjaan dan mendapat upah maka disunnahkan menyisihkan sebagian pendapatan untuk shadaqoh, infaq dan termasuk juga berwakaf. Berdasarkan penjelasan teori tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Wakif untuk Berwakaf.

3. Sosialisasi

Sosialisasi adalah sebagai suatu proses yang membantu individu melalui proses belajar dan penyesuaian diri agar dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya.

H3 : Sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Wakif untuk Berwakaf

4. Citra Lembaga

Menurut Kotler dalam Firsan Nova, pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi

yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu.

H4 : Citra Lembaga Berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Wakif untuk Berwakaf

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang menekankan analisisnya pada numerikal (angka-angka) yang diolah dengan metode statistika.⁵⁴ Yang selanjutnya hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk angka-angka atau statistika. Metode kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan, sosialisasi dan citra lembaga terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data, jenis dan sumber data penelitian ini menggunakan data primer. Data primer diperoleh langsung dari hasil observasi lapangan dan penyebaran kuesioner pada wakif BWA Semarang.

C. Populasi dan Sampel

1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.⁵⁵ untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian di bidang sosial adalah kelompok subjek yang dikehendaki untuk dikenai generalisasi atas hasil penelitian. Sebagai suatu populasi, maka kelompok subjek harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik yang sama, yang membedakan dari kelompok subjek yang lain (Azwar, Metode Penelitian, 2015). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh wakif dari Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang.

2 Sampel

a. Teknik Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan

⁵⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 5.

⁵⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Cv. Alfabeta, 2013), h. 61.

dapat diberlakukan untuk populasi. Maka sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (Sugiyono, 2011).⁵⁶

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dikarenakan peneliti tidak mampu menjangkau keseluruhan populasi. Jenis Pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan teknik sampling purposive yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini responden yang dipilih adalah yang pernah melakukan Wakaf di Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang.

b. Ukuran sampel

Menurut Chin,⁵⁷ penggunaan minimum sampel dalam analisis Partial Least Square (PLS) didasarkan pada; (a). 10 kali dari besarnya indikator format terbanyak yang digunakan untuk mengukur 1 variabel laten, atau (b). 10 kali dari jumlah jalur struktural terbanyak yang ditujukan ke variabel laten tertentu dalam model struktural. Model dalam penelitian ini indikator variabel yang terbanyak dalam penelitian ini adalah 4, jadi sampel minimum PLS pada penelitian ini sebanyak 40 sampel dan dengan pertimbangan tertentu jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 45 sampel. Apabila standar ukuran sampel pada model estimasi digunakan pada PLS maka akan menghasilkan efek prediksi yang lebih baik.⁵⁸

C. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan Metode kuesioner yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.

D. Skala Pengukuran

Penelitian yang dilakukan nantinya akan menggunakan alat bantu berupa kuesioner, yang mana jawaban-jawaban responden tersebut akan diukur

⁵⁶ *ibid*, h. 62.

⁵⁷ Wynne W. Chin, *Modern Methods For Business Research*, London, Lawrence Erlbaum Associates, 1998, h.311.

⁵⁸ Jogiyanto W. Abdillah, *Partial Least Square (PLS)*, Jogjakarta: Andi Offset 2015, h.183.

dengan menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁵⁹ Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor.⁶⁰ Skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Kurang Setuju (KS)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

E. Variabel Penelitian dan Pengukuran Data

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*).

- 1 Variabel bebas (*independent*) Tingkat pendidikan (X1), Pendapatan (X2), Sosialisasi (X3), Citra Lembaga (X4).
- 2 Variabel terikat (*dependen*). Keputusan wakif untuk berwakaf (Y)

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel dan Indikator pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala	No
Tingkat Pendidikan	Jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik,	1 Jenjang Pendidikan	a. SMA atau dibawahnya. b. D3. c. S1. d. S2. e. S3	Skala Ordinal.	1-5

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), h. 132.

⁶⁰ Ibid, h. 133.

	tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan.				
Pendapatan	Definisi operasionalnya adalah penghasilan yang diterima seseorang atas usahanya atau pekerjaannya. Adapun Indikator tingkat pendapatan terdiri dari Rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi. ⁶¹	1 Kenaikan Pendapatan 2 Pendapatan mencukupi kebutuhan		Skala likert	1-5
Sosialisasi	Dalam Kamus Bahasa Indonesia sosialisasi adalah usaha mengubah milik perseorangan menjadi milik umum. Upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat. Sosialisasi wakaf oleh BWA Semarang berarti proses/ usaha untuk menyebarluaskan informasi tentang wakaf kepada masyarakat supaya masyarakat bisa lebih tahu dan mengenal semua tentang wakaf dan peran BWA Semarang.	1. Faktor Bentuk Sosialisasi 2. Faktor Proses Sosialisasi 3. Faktor Media Sosialisasi	a. Mendapatkan informasi melalui Keluarga, teman dan lingkungan kerja. b. Mendapatkan informasi melalui media cetak seperti spanduk dan iklan. c. Mendapatkan informasi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram dan Youtube. d. Interaksi dengan fundraising	Skala likert	1-5

⁶¹ Entika Indrianawati, Pengaruh Tingkat Pendapatan, dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya, Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan, Vol. 3. No. 1, Tahun 2015, h. 2015.

			wakaf.		
Citra	<p>Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Menurut Shirley Harrison (dalam Nur'Aini 2015) informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen: Personality, reputation, Value dan Corporate Identity. Citra perusahaan memiliki lima dimensi seperti yang dirumuskan oleh LeBlanc dan Nguyen yang mana kelima dimensi tersebut secara rinci terdiri dari: Identitas Perusahaan (<i>Corporate Image</i>), Reputasi Perusahaan (<i>Corporate Reputation</i>), Pelayanan Yang Ditawarkan (<i>Service Offering</i>), Lingkungan Fisik (<i>Physical Environment</i>) dan Hubungan Perseorangan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 Identitas perusahaan 2 Reputasi 3 Nilai dan program 4 Pelayanan yang ditawarkan 		Skala likert	1-5
Keputusan	<p>Kotler (2012), Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan pembelian akhir perorangan dan rumah tangga yang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pencarian informasi 2. Pengenalan Masalah 3. Pengenalan Alternatif 4. Keputusan Berwakaf 		Skala likert	1-5

	membeli				
--	---------	--	--	--	--

F. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares (PLS)*. *Partial Least Squares (PLS)* adalah teknik statistik multivariate yang melakukan perbandingan antar variabel dependen berganda dan variabel independen berganda.⁶²

Menurut Ghozali (2014) keunggulan menggunakan analisis PLS yaitu bahwa PLS adalah metode analisis yang powerful karena tidak didasarkan oleh banyak asumsi. Data tidak harus berdistribusi normal multivariat (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval, ratio) dapat menggunakan model yang sama, dan sampel tidak harus besar.⁶³

Menurut Ghozali (2014) tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk mendapatkan nilai variabel laten untuk tujuan prediksi. Variabel laten adalah linier agregat dari indikator-indikatornya. Weigh estimate untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana inner model (model struktural yang menghubungkan antara variabel laten). Dan outer model (model pengukuran yaitu hubungan antar indikator dan konstruksinya). Hasilnya adalah residual varian dari variabel independen (keduanya variabel laten dan indikatornya).⁶⁴

Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu:

1. Weigh Estimasi yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten.
2. Mencerminkan analisis jalur (path analysis) yang menghubungkan variabel laten dan variabel laten dan blok indikatornya (loading)

⁶²Jogianto, Willy Abdillah, *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis, 2014*, h.20.

⁶³Imam Ghozali, *Struktural Equation Modelling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*, (Semarang : Universitas Diponegoro,2014), h. 29.

⁶⁴Ibid, h. 31.

3. Keterkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstan regresi) untuk indikator dan variabel laten.⁶⁵

Beberapa alasan menggunakan PLS dalam penelitian menurut Ghozali (2014) adalah sebagai berikut :

1. PLS merupakan metode umum untuk mengestimasi path model yang menggunakan variabel laten dengan *multiple indicator*.
2. PLS merupakan metode analisis yang dapat diterapkan pada skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampelnya tidak harus besar. Besarnya sampel direkomendasikan berkisar antara 30-100.
3. PLS merupakan metode analisis untuk *causal-predictive* analysis dalam situasi kompleksitas yang tinggi dan dukungan teori yang rendah.
4. PLS mengenai model reflektif dan formatif, bahkan konstruk dengan item (indikator tunggal). Konstruk reflektif (arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator mempengaruhi konstruk ,atau variabel laten (arah hubungan kausalitas dari indikator ke konstruk).⁶⁶

Adapun langkah-langkah analisis persamaan *Partial Least Squares* (PLS). Analisis ini dilakukan berdasarkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hubungan antar variabel

Dalam penelitian ini, bentuk model indikator adalah reflektif. Model reflektif adalah mengasumsikan bahwa konstruk atau variabel laten mempengaruhi indikator (arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator atau manifest).

2. Analisis jalur (Path analysis)

Diagram jalur merupakan suatu metode penelitian yang utamanya digunakan untuk menguji kekuatan hubungan langsung dan tidak langsung diantara berbagai variabel. Subjek utama analisis ini adalah variabel-variabel yang saling berkorelasi.

⁶⁵Ibid, h. 34.

⁶⁶Ibid, h. 9.

3. Evaluasi model PLS

Model evaluasi PLS berdasarkan pada pengukuran prediksi yang mempunyai sifat non parametik. Oleh karena itu, model evaluasi PLS dilakukan dengan menilai outer model dan inner model.⁶⁷ Penjelasan lebih lanjut sebagai berikut :

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran atau *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan konstruk atau variabel laten lainnya. Perancangan model pengukuran menentukan sifat indikator dari masing-masing konstruk laten, apakah refleksif atau formatif. Berdasarkan definisi operasional variabel.

Evaluasi *outer model* disebut pula dengan evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. *Outer model* dengan indikator refleksif dievaluasi melalui validitas *convergent* dan *discriminate* untuk indikator pembentuk konstruk laten, serta melalui *composite reliability* dan cronbach alpha untuk blok indikator. Validitas *convergent* berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur (*manifest variabel*) dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi.

Uji validitas *convergent* indikator refleksif dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk setiap konstruk, dimana nilai *loading factor* yang direkomendasikan harus lebih besar 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory*, dan nilai *loading factor* antara 0,6 sampai dengan 0,7 untuk penelitian yang bersifat *explatory* masih dapat diterima, serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus sebesar 0,5.

Validitas discriminant berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran (manifest variabel) konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Cara untuk menguji *validitas discriminant* dengan indikator refleksif yaitu dengan melihat *cross loading* untuk setiap variabel harus $> 0,70$.

⁶⁷ Ibid, h. 36.

Cara yang lain yang dapat digunakan untuk menguji *validitas discriminant* adalah dengan membandingkan akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. *Validitas discriminant* yang baik ditunjukkan dari akar kuadrat AVE untuk konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk dalam model.⁶⁸ Adapun uji validitas convergent dan discriminant dapat dilihat pada tabel 3.3.

Tabel 3. 2
Uji Validitas Convergent dan Discriminant

Validitas	Parameter	<i>Rule of Thumb</i>
<i>Validitas Convergent</i>	<i>Loading Factor</i>	a. ≥ 70 untuk <i>confirmatory research</i> b. ≥ 70 untuk <i>exploratory research</i>
	<i>Communality</i>	$\geq 0,50$ untuk <i>confirmary</i> dan <i>exploratory reserch</i>
	AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	$\geq 0,50$ untuk <i>confirmary</i> dan <i>exploratory reserch</i>
<i>Validitas Discriminant</i>	<i>Cross Loading</i>	≥ 70 untuk setiap variabel
	Akar kuadrat AVE dan korelasi antar konstruk laten	Akar kuadrat AVE \geq korelasi antar konstruk laten

Sumber: Ghazali, 2014

Selain uji validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menguji reliabilitas (keakuratan) suatu konstruk. Uji reliabilitas

⁶⁸ Ibid, h. 39.

dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk. Uji reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu *composite reliability* dan *cronbach' alpha*.

Pengukuran *cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah (*under estimate*) dalam menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas konstruk dengan indikator refleksif dapat dilihat tabel 3.4

Tabel 3. 3
Uji Reliabilitas Kontruk

Parameter	Rule Of Thumb
<i>Composite Reability</i>	a. > 0,70 untuk <i>confirmary research</i> . b. > 0,60 – 0,70 masih dapat diterima untuk <i>explaratoryresearch</i> .
<i>Cronbach's Alpha</i>	a. > 0,70 untuk <i>confirmary research</i> . b. > 0,60 masih dapat diterima untuk <i>explaratory research</i>

Sumber: Ghozali, 2014

b. Evaluasi model structural (*inner model*)

Model structural atau inner model yaitu model yang menggambarkan hubungan antar konstruk laten berdasarkan pada teori. Perancangan model structural hubungan antar konstruk laten didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian.

Dalam menilai model struktural dengan struktural PLS dapat dilihat dari nilai R-Squares untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai R-Squares digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen, apakah mempunyai pengaruh substantive. Nilai R-Squares 0,67; 0,33; dan 0,19 untuk

variabel endogen dalam model struktural menunjukkan model kuat, moderat, dan lemah.⁶⁹

Selanjutnya, evaluasi model dilakukan dengan melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel melalui prosedur bootstrapping. Prosedur bootstrapping adalah teknik nonparametrik dan resampling yang bertujuan untuk menaksir standar eror dan confidence interval parameter populasi, seperti: mean, median, proporsi, koefisien, korelasi, dan regresi, dengan tidak selalu memperhatikan asumsi distribusi. Adapun model struktural dapat dilihat pada table 3.5.

Tabel 3. 4
Evaluasi Model Structural

Kriteria	<i>Rule of Thumb</i>
R-Squares	0,67; 0,33 dan 0,19 menunjukkan model kuat, moderat, dan lemah
Signifikansi (two-tailed)	t-value 1,65 (signifikansi level 10%) t-value 1,95 (signifikansi level 5%) t-value 2,58 (signifikansi level 1%)

Sumber: Ghozali, 2014

4. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistic t (t-test). Dengan parameter pengujian sebagai berikut:

- 1) Ho diterima dan Ha ditolak jika T-statistik < T-tabel (1,96) atau nilai signifikansi > p-value > 0,05 (α 5%).
- 2) Ha diterima dan Ho ditolak jika T-statistik > T-tabel (1,96) atau nilai signifikansi < p-value < 0,05 (α 5%).

Apabila hasil pengujian hipotesis pada outer model signifikan, hal ini menunjukkan bahwa indikator dipandang dapat digunakan sebagai

⁶⁹ Ibid, h.42.

instrument pengukur variabel laten. Sementara, bilamana hasil pengujian pada inner model adalah signifikan, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang bermakna variabel laten lainnya.⁷⁰

⁷⁰ Ibid, h. 43.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya Badan Wakaf Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah petunjuk kepada jalan yang lurus dan memberi kabar gembira bagi setiap mukmin yang mengajarkan amal shaleh. Al-Qur'an juga merupakan pedoman praktis (amaliy) untuk manusia ketika menjalani berbagai aspek kehidupannya. Oleh karena itu, menjalankan Al-Qur'an di tengah masyarakat dalam bentuk yang implementatif adalah suatu hal yang dharuri (penting) dan tentu sesuatu yang dapat membahagiakan kehidupan manusia di dunia dan akhirat. Karena satu kebaikan yang sesuai dengan Al-Qur'an dan disebarakan kepada manusia, pasti akan dibalas dengan pahala yang berlipat ganda bagi si penyebarannya.

Atas kesadaran ini, maka pada tahun 2005 sejumlah ulama dan kalangan profesional mendirikan sebuah lembaga yang diberi nama Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA) dan tercatat dalam akte Notaris H. Rizul Sudarmadi no. 119 tanggal 28 April 2005. Pada 1 juni 2006, BWA telah mendapat sambutan baik dan dukungan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sesuai dengan surat rekomendasi MUI No. U-217/MUI/VI/2006.⁷¹

Badan Wakaf Al-Qur'an adalah orgnisasi nirlaba (*non-profit organization*), berbentuk Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Badan Wakaf Al-Qur'an menggunakan cara modern yang mudah dan praktis untuk membantu orang lain. Salah satu ciri seorang muslim adalah senangmembantu orang lain. Dia tidak akan berdiam diri melihat kesulitan yang dialami oleh saudaranya sekalipun ia tidak mengenalnya. Islam mendorong seorang muslim memperhatikan urusan saudaranya sebagaimana hadits Rasulullah Shallallah 'Alayhi wa Sallam:

Artinya: "Dari Nabi shalallahu 'alaihi wasallam, beliau bersabda: "Setiap orang dari kalian tidak dianggap beriman sebelum dia

⁷¹Katalog Program BWA RAMADHAN, 2019 , h. 6-7.

menginginkan (kebaikan) bagi sasudaranya sebagaimana dia menginginkannya bagi dirinya sendiri”.⁷² (HR. Bukhari Muslim)

Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA) merupakan lembaga filantropi Islam profesional yang dibangun dalam rangka menghimpun, mengelola dan menyalurkan harta wakaf, zakat, infak sedekah kaum muslimin. Program dan project tersebut kami senantiasa memperhatikan aspek inovatif, unik, solutif serta menyentuh kebutuhan azasi individu dan masyarakat.⁷³

Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA) mempermudah waqif dalam menyalurkan bantuan untuk umat Islam hingga ke pelosok negeri. Program yang BWA tampilkan adalah untuk membantu komunitas dan individu yang membutuhkan, setiap komunitas dan individu memiliki keunikan persoalan dan solusinya. Oleh karena itu, Badan Wakaf Al-Qur'an mencoba membantu mereka dalam program yang sesuai dengan kebutuhannya.⁷⁴

2. Visi, Misi, Dan Nilai Dasar

Visi dan misi Badan Wakaf Al-Qur'an adalah:⁷⁵

Visi:

- a. Menjadi lembaga filantropi wakaf profesional, yang yang mampu mengembangkan potensi wakaf di Indonesia sesuai syariah untuk kemaslahatan kaum muslim dan masyarakat.
- b. Menjadikan wakaf sebagai Gaya Hidup Muslimin.

Misi:

- a. Menggalang dan menyalurkan Al Qur'an ke daerah rawan pendidikan dan rawan aqidah.
- b. Mendukung Para Da'i di Pelosok negeri melakukan Pembinaan dan Pengajaran Al Qur'an dengan metode yang membekas.

⁷² Muslim bin Al-Hajjaj Al-Qusyairi an-Naisaburi, Ensiklopedia Hadits Shahih Muslim 1, terjemahan Ferdinand Hasmand, (: Almahira, 2012), h. 42.

⁷³ Katalog Program BWA RAMADHAN, 2019 , h. 6.

⁷⁴ www.wakafquran.org, diakses pada 21 November 2019, pukul 15:36.

⁷⁵ Katalog Program BWA RAMADHAN, 2019 , h. 6.

- c. Mengembangkan Program Pendukung yang inovatif menyentuh problem asasi masyarakat sehingga memberikan nilai tambah bagi kehidupan.
- d. Memberikan manfaat kepada umat melalui program-program wakaf.

3. Dasar Hukum

Sesuai dengan Bab 1 Pasal 1 No. 4 dalam Undang-undang No. 41 Tahun 2004 tentang wakaf, nazhir adalah pihak yang menerima harta benda wakaf dari waqif untuk dikelola dan dikembangkan sesuai dengan peruntukannya.⁷⁶

Badan Wakaf Al-Qur'an merupakan organisasi kenazhiran wakaf yang sesuai dan sejalan dengan syariat Islam dan berbagai peraturan perundang-undangan yang ada. Dalam hal ini Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA) adalah nazhir wakaf dalam bentuk organisasi yang bergerak di bidang sosial, pendidikan, kemasyarakatan dan keagamaan Islam sesuai dengan syarat-syarat nazhir yang terdapat dalam perundang-undangan. Dalam perjalanannya, lembaga wakaf selalu mendapat perhatian dari berbagai pihak yang diwujudkan dalam Undang-undang dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. Dasar hukum yang membentengi posisi Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA) adalah:

- a. Undang-undang No. 41 Tahun 2004 tentang Wakaf.
- b. Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2006 tentang Pelaksanaan Undang-undang No. 41 Tahun 2004 tentang Wakaf.
- c. Peraturan Badan Wakaf Indonesia No. 01 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengelolaan dan Pengembangan Harta Benda Wakaf Bergerak Berupa Uang.

4. Struktur Organisasi Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang

Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA) memiliki keorganisasian yang profesional. Hal tersebut sangat menunjang bagi terealisasinya strategi

⁷⁶ Departemen Agama, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam, Undang-undang Nomor 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf & Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 Tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf, h. 3.

visi, misi dan tujuan yang telah direncanakan oleh BWA. Struktur organisasi BWA memiliki divisi-divisi yang dapat membantu kesuksesan aktivitas perwakafan. Berikut ini adalah struktur organisasi/kepengurusan Badan Wakaf Al-Qur'an:⁷⁷

- a. Ketua, CEO & Founder : Heru Binawan
- b. Chief Operation Officer/Chief Finance Officer & Founder : M. Ichsan Salam
- c. Chief Program Development Officer : Hazairin Hasan
- d. Chief Fundraising Officer : Nanu Utama
- e. Chief Information Officer : Denny Darmawan
- f. Head of Operation : Eri Sudewo
- g. Head of Finance, Accounting, Tax : Ali Sepudin
- h. Head of Region : M. Suyatno
- i. Fundraising Development Corporate Head : Destira
- j. Wakaf Logistic Head : Utama Kamal
- k. Project Controller : Vinora Viridy
- l. Engineering : Trisilo Broto

5. Program-program Badan Wakaf Al-Qur'an

Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA) memiliki program-program yang memiliki tujuan mulia yaitu berorientasi pada tujuan dunia dan akhirat. Dari program-program tersebut dibuat banyak project yang unik dan riil. Project yang dilaksanakan adalah untuk membantu komunitas dan individu yang membutuhkan, setiap komunitas dan individu memiliki keunikan persoalan dan solusinya. Oleh karena itu, BWA mencoba membantu mereka dalam project yang sesuai dengan kebutuhannya. BWA memiliki delapan program induk yang kemudian dari program-program tersebut dibuat project-project yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Lima program merupakan program wakaf dan tiga program merupakan program zakat, infak dan sedekah. Berikut ini adalah penjelasan dari program-program Badan Wakaf Al-Qur'an (BWA):⁷⁸

⁷⁷ www.wakafquran.org, diakses pada 21 November 2019, pukul 15:36.

⁷⁸ www.wakafquran.org, diakses pada 23 November 2019, pukul 23:48.

- a. Wakaf Al-Qur'an dan Pembinaan
- b. *Water Action for People*
- c. Tebar Cahaya Indonesia Terang
- d. Wakaf Khusus Dakwah
- e. Wakaf Produktif
- f. *Zakat Peer to Peer*
- g. Indonesia Belajar
- h. Sedekah Kemanusiaan

B. Gambaran Penelitian

1 Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan obyek pada orang yang pernah berwakaf di Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang. Responden dari penelitian ini adalah orang yang pernah berwakaf di Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang. Sebelum melakukan penelitian, peneliti meminta ijin kepada Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang dan Badan Wakaf Al-Qur'an Pusat.

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan menggunakan fasilitas Google Form yang disediakan oleh Goolge. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui aplikasi Whatsapp dengan membagikan pesan langsung kepada orang-orang yang pernah berwakaf di Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang oleh petugas Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang.

Kuesioner ini disebarakan kepada orang-orang yang pernah berwakaf di Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang oleh petugas Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang pada November 2019 sebanyak 90 responden.

2 Gambaran Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini meneliti pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan, sosialisasi dan citra lembaga terhadap keputusan wakif untuk berwakaf studi kasus pada orang-orang yang pernah berwakaf di

Badan Wakaf Al-Qur'an Cabang Semarang. Rincian pengumpulan data dapat dilihat dari tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4. 1
Tingkat Pengembalian Kuesioner

Rencana Penyebaran Kuesioner	90
Kuesioner yang dapat disebar	90
Kuesioner yang kembali	46
Kuesioner yang diisi lengkap	45
Kuesioner yang dapat diolah	45

Sumber: Data diolah 2019

Dari tabel 4.1 diketahui bahwa dari jumlah total kuesioner yang disebar yaitu, 90 kuesioner, jumlah kuesioner yang kembali 46, dan jumlah yang diisi lengkap adalah 45.

Gambaran umum responden yang yang menjadi objek penelitian ini dijelaskan dalam bentuk tabel. Tabel 4.2 memberikan penjelasan secara menyeluruh berdasarkan komposisi yaitu tingkat pendidikan dan dan Pendapatan.

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden

Kriteria	Jumlah Responden
Tingkat Pendidikan	
SMA atau Dibawahnya	13
D3	7
S1	22
S2	3
S3	0

Jumlah	45
---------------	----

Sumber : Data Primer, 2019

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan menurut tingkat pendidikan. Dari tabel 4.2 di atas terlihat bahwa responden dalam penelitian ini menunjukkan jumlah wakif berpendidikan S1 lebih dominan dengan jumlah 22 orang dibanding dengan wakif SMA dan Dibawahnya yang berjumlah 13 orang, D3 berjumlah 7 orang dan S2 sebanyak 3 orang.

3 Statistik Deskripsi

Statistik deskripsi dimaksudkan untuk menganalisis data berdasarkan atas hasil yang diperoleh jawaban responden terhadap masing-masing indikator pengukur variabel. Statistik deskripsi terdiri dari: *Mean*, *Median*, *Modus*, *Maximum*, dan *standar deviation*. Analisis statistik deskripsif dapat dilihat di tabel 4.3.

Tabel 4. 3
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
TP	2.333	3.000	1.000	4.000	0.966
PD-1	4.444	5.000	3.000	5.000	0.717
PD-2	4.044	4.000	2.000	5.000	0.918
SOS-1	4.533	5.000	3.000	5.000	0.618
SOS-2	4.400	4.000	3.000	5.000	0.611
SOS-3	4.378	4.000	3.000	5.000	0.643
SOS-4	4.622	5.000	3.000	5.000	0.569
CTR-1	4.378	5.000	2.000	5.000	0.769
CTR-2	4.578	5.000	3.000	5.000	0.614
CTR-3	4.622	5.000	3.000	5.000	0.569
CTR-4	4.600	5.000	3.000	5.000	0.533
KTS-1	4.600	5.000	3.000	5.000	0.611

KTS-2	4.822	5.000	4.000	5.000	0.382
KTS-3	4.644	5.000	3.000	5.000	0.523
KTS-4	4.689	5.000	4.000	5.000	0.463

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan data sebagaimana ditunjukkan dalam table 4.3 variabel Tingkat Pendidikan menunjukkan kisaran jawaban responden mulai nilai 1 sampai 4 dengan nilai rata-rata 2.333.

Variabel Pendapatan menunjukkan bahwa kisaran jawaban responden mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju) dengan nilai rata-rata kisaran 4.444 sampai dengan 4.044.

Variabel Sosialisasi menunjukkan bahwa kisaran jawaban responden mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju) dengan nilai rata-rata kisaran 4.378 sampai dengan 4.622.

Variabel Citra Lembaga menunjukkan bahwa kisaran jawaban responden mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju) dengan nilai rata-rata kisaran 4.378 sampai dengan 4.622.

C. Pengujian dan Hasil Analisis Data

Analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika multivariate yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dengan variabel independen berganda. PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk pengujian hipotesis dengan model prediksi. Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer Model juga sering disebut *outer relation* atau *meansurement model* yaitu model pengukuran bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Terdapat tiga kriteria yang harus ada di dalam penggunaan teknik analisis data dengan SmartPLS untuk menilai *outer model*, antara lain *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*.

a. *Convergent Validity*

Convergent Validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item score / *component score* yang diestimasi dengan software PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Namun menurut Chin dalam Ghazali (2014) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai.

Tabel 4. 4
Outer Loadings (*Measurement Model*)

Indikator	<i>Loading Factor</i>	<i>Convergent Validity</i>	Keterangan
TP	1.000	Lebih dari 0,6	Valid
PD-1	0.959	Lebih dari 0,6	Valid
PD-2	0.836	Lebih dari 0,6	Valid
SOS-1	0.829	Lebih dari 0,6	Valid
SOS-2	0.925	Lebih dari 0,6	Valid
SOS-3	0.907	Lebih dari 0,6	Valid
SOS-4	0.864	Lebih dari 0,6	Valid
CTR-1	0.680	Lebih dari 0,6	Valid
CTR-2	0.946	Lebih dari 0,6	Valid
CTR-3	0.928	Lebih dari 0,6	Valid
CTR-4	0.952	Lebih dari 0,6	Valid
KTS-1	0.884	Lebih dari 0,6	Valid
KTS-2	0.805	Lebih dari 0,6	Valid
KTS-3	0.919	Lebih dari 0,6	Valid
KTS-4	0.942	Lebih dari 0,6	Valid

Sumber :Pengolahan data PLS, 2019

Hasil pengolahan dengan menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada tabel 4.4 nilai *outer model* atau korelasi antara konstruk dengan variabel telah memenuhi *convergen validity* karena memiliki nilai *loading factor* lebih dari 0,6 sehingga secara keseluruhan pertanyaan-pertanyaan tersebut sudah mampu merepresentasikan variabel laten dengan baik. Kriteria tersebut mampu menilai validitas bahwa variabel-variabel indikator terbukti sebagai variabel yang *valid*.

b. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai loading dari pada konstruks yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain. Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh sebagai berikut.

Tabel 4. 5
Disriminant Validity (Cross Loading)

	TP	PD	SOS	CTR	KTS
TP	1	-0.151	-0.073	-0.166	-0.124
PD-1	-0.150	0.959	0.518	0.337	0.564
PD-2	-0.117	0.836	0.376	0.224	0.292
SOS-1	-0.186	0.517	0.829	0.615	0.688
SOS-2	-0.038	0.427	0.925	0.545	0.599
SOS-3	-0.060	0.346	0.907	0.591	0.624
SOS-4	0.027	0.497	0.864	0.593	0.721
CTR-1	-0.080	0.196	0.457	0.68	0.360
CTR-2	-0.137	0.290	0.668	0.946	0.782

CTR-3	-0.175	0.238	0.531	0.928	0.748
CTR-4	-0.173	0.390	0.678	0.952	0.882
KTS-1	-0.075	0.443	0.730	0.773	0.884
KTS-2	-0.080	0.461	0.567	0.590	0.805
KTS-3	-0.117	0.427	0.733	0.794	0.919
KTS-4	-0.166	0.505	0.630	0.757	0.942

Sumber : Pengolahan data PLS, 2019

Dari Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa beberapa nilai *loading factor* untuk tiap indikator dari masing-masing variabel laten memiliki nilai *loading factor* dari konstruks yang dituju lebih besar dibanding nilai nilai *loading* konstruks yang lain jika dihubungkan dengan variabel laten lainnya. Hal ini berarti bahwa setiap variabel laten memiliki *discriminant validity* yang baik karena nilai korelasi indikator terhadap konstruks lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi indikator dengan konstruks lainnya. Kriteria nilai *loading factor* dapat dikatakan baik apabila nilai diatas 0.5 (Ghozali,2014)

Sebagai ilustrasi *loading factor* CTR-1 dengan CTR adalah sebesar 0.680 yang lebih tinggi dari *loading factor* konstruks lainnya, yaitu tingkat pendidikan (-0.080), *Pendapatan* (0.196), *Sosialisasi* (0.457) dan *Keputusan* (0.360).

Metode untuk menilai *discriminant validity* selain dengan melihat nilai *cross loading* adalah dengan melihat nilai AVE untuk setiap konstruks dengan nilai yang direkomendasikan harus lebih dari 0,50. Kriteria *validity* dapat dilihat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) masing-masing konstruks. Pada tabel 4.6 disajikan nilai AVE untuk seluruh variabel.

Tabel 4. 6
Nilai Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Tingkat Pendidikan	1.000
Pendapatan	0.809
Sosialisasi	0.778
Citra Lembaga	0.781
Keputusan	0.791

Sumber : Pengolahan data PLS, 2019

Berdasarkan Tabel 4.6 semua konstruk menunjukkan nilai AVE yang lebih besar dari 0.50 yaitu dengan nilai terkecil 0.778 untuk variabel Sosialisasi (SOS) dan terbesar 1.000 untuk variabel Tingkat Pendidikan (TP) Nilai tersebut sudah memenuhi persyaratan sesuai dengan batas nilai minimum AVE yang ditentukan yaitu 0,50.

Metode lain untuk menilai discriminant validity adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari \sqrt{AVE} untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Model mempunyai discriminant validity yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstraknya lebih besar dari pada korelasi antara konstruk lainnya dalam model seperti yang terlihat dari output dibawah ini.

Tabel 4. 7
AVE dan Akar AVE

	Average Variance Extracted (AVE)	Akar AVE
Tingkat Pendidikan	1.000	1
Pendapatan	0.809	0,899
Sosialisasi	0.778	0,882
Citra Lembaga	0.781	0,883
Keputusan	0.791	0,889

sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2019

Setelah diketahui nilai akar kuadrat dari AVE untuk masing-masing konstruk, tahap selanjutnya adalah membandingkan akar kuadrat AVE dengan korelasi antar konstruk dalam model. Pada penelitian ini hasil dari korelasi antar konstruk dengan nilai akar kuadrat AVE dapat ditunjukkan pada Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4. 8
Latent Variable Correlations

	Citra Lembaga	Keputusan	Pendapatan	Sosialisasi	Tingkat Pendidikan
Citra Lembaga	1				
Keputusan	0.825	1			
Pendapatan	0.326	0.514	1		
Sosialisasi	0.668	0.752	0.512	1	
Tingkat Pendidikan	-0.166	-0.124	-0.151	-0.073	1

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2019

Dari Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk masing-masing konstruk lebih besar daripada nilai korelasinya sehingga konstruk dalam model penelitian ini masih dapat dikatakan memiliki discriminant validity yang baik.

c. Composite Reliability

Dalam penelitian ini metode uji reliabilitas yang digunakan adalah *composite reliability* karena lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilainya di atas 0,70. Pada tabel 4.8 disajikan nilai *composite reliability* untuk seluruh variabel.

Tabel 4. 9
Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Nilai Kritis	Keterangan
Tingkat Pendidikan	1.000	0.70	Reliabel

Pendapatan	0.894	0.70	Reliabel
Sosialisasi	0.933	0.70	Reliabel
Citra Lembaga	0.933	0.70	Reliabel
Keputusan	0.938	0.70	Reliabel

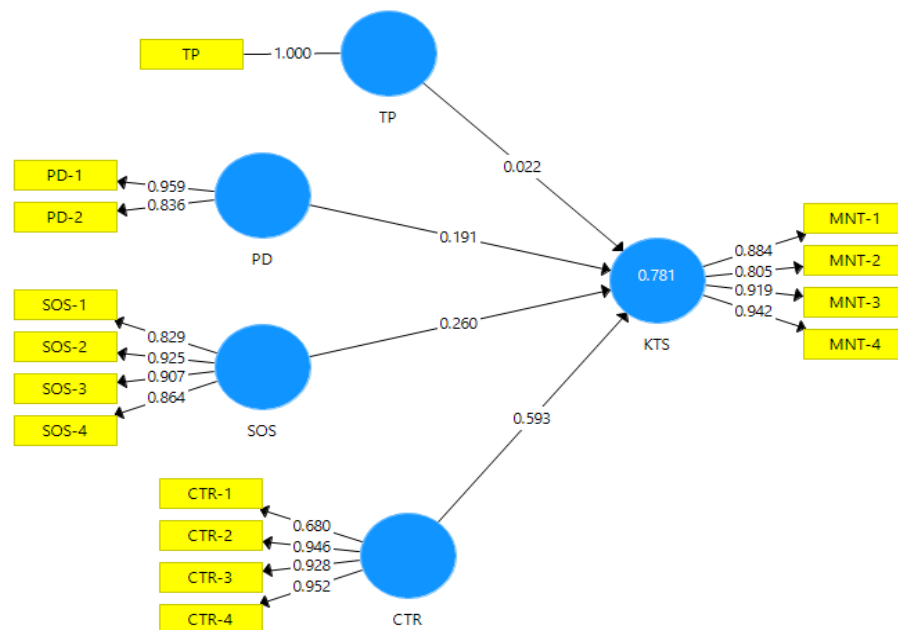
Sumber : Pengolahan data dengan PLS, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* untuk variabel tingkat pendidikan, pendapatan, sosialisasi citra lembaga dan keputusan berwakaf diatas 0.70. Sehingga dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik.

2. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian model struktural atau *inner model* dilakukan untuk melihat nilai R-Square untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai R-Square dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel endogen apakah mempunyai pengaruh substantif. Nilai R-Square 0,67 ; 0,33 dan 0,19 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat/cukup dan lemah.

Gambar 4. 1
Model Struktural (*Inner Model*)



Sumber : Pengolahan data PLS, 2019

Berdasarkan pengujian model struktural menunjukkan bahwa nilai R-Square untuk variabel Keputusan sebesar 0,781. Tabel 4.10 merupakan hasil estimasi R-Square berdasarkan pengolahan data menggunakan SmartPLS.

Tabel 4. 10
Nilai R-Square

	R-Square
Keputusan Berwakaf	0.781

Sumber : Pengolahan data PLS,2019

Tabel 4.10 menunjukkan R-Square untuk variabel Keputusan Berwakaf sebesar 0.781. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Keputusan Berwakaf dapat dijelaskan oleh tingkat pendidikan, pendapatan, sosialisasi dan citra lembaga sebesar 78% . Sedangkan 22% dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti.

Model struktural (*inner model*) dilakukan untuk memprediksi hubungan kausal antar variabel atau pengujian hipotesis. Dalam PLS untuk menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Skor inner model yang ditunjukkan oleh nilai T-statistik, harus diatas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) dan diatas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) untuk pengujian hipotesis pada alpha 5 persen. Tabel 4.11 memberikan path coefficients untuk pengujian model pengukuran.

Tabel 4. 11
Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
CTR -> KTS	0.593	0.608	0.112	5.277	0.000

PD -> KTS	0.191	0.195	0.089	2.157	0.031
SOS -> KTS	0.260	0.244	0.102	2.546	0.011
TP -> KTS	0.022	0.022	0.059	0.379	0.705

u

sumber : Pengolahan data PLS, 2019

Tabel 4.11 diatas dapat digunakan peneliti untuk mengukur keterdukungan hipotesis. Pada tabel diatas terdapat kolom *original sample* yakni skor *beta unstandardize* yang digunakan untuk melihat sifat prediksi variabel independen terhadap variabel dependen, positif atau negatif. Sampel mean adalah nilai rata-rata sampel yang dihasilkan dari proses literasi. Sedangkan standard deviation didefinisikan sebagai standar eror. T-statistics dan P-value merupakan parameter signifikasi efek prediksi antar variabel laten yang diukur berdasarkan jenis hipotesis.

Menurut Jogiyanto ukuran signifikasi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan antara T-Statistik dan T-Tabel dengan penjelasan sebagai berikut:

T-statistik > T-tabel (1,96) maka hipotesis terdukung/ diterima.

T-statistik < T-tabel (1,96) maka hipotesis tidak terdukung/ ditolak.

Untuk tingkat keyakinan 95 persen (alpha 5 persen) dengan penjelasan sebagai berikut:

P value > Alpha (0.05) maka tidak signifikan.

P value < Alpha (0.05) maka signifikan.

Berikut penjabaran hasil pengujian dengan bootsrapping dari analisis PLS :

a. Pengujian hipotesis 1 pengaruh tingkat pendidikan terhadap keputusan berwakaf

Hasil hipotesis pertama menunjukkan bahwa pengaruh variabel tingkat pendidikan terhadap keputusan berwakaf menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,022 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan tingkat pendidikan 1, maka keputusan wakif

untuk berwakaf akan meningkat sebesar 0,022 dengan asumsi lainnya konstan.

Nilai T-statistik $0.379 < T\text{-tabel (1,96)}$. Dan nilai P-value $(0.705) > 0,05$ (Hipotesis ditolak). Hasil ini menyimpulkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.

b. Pengujian hipotesis 2 pengaruh pendapatan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf

Hasil hipotesis kedua menunjukkan bahwa pengaruh variabel pendapatan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf menunjukkan nilai koefisien lajur sebesar 0.191 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan pendapatan 1, maka keputusan wakif untuk berwakaf akan meningkat sebesar 0.191 dengan asumsi lainnya konstan.

Nilai T-statistik $2.157 > T\text{-tabel (1,96)}$. Dan nilai P-value $(0.031) < 0,05$. (Hipotesis diterima). Hasil ini menyimpulkan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf, yang berarti sesuai dengan hipotesis yang ke dua dimana pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.

c. Pengujian hipotesis 3 sosialisasi terhadap keputusan wakif untuk berwakaf

Hasil hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pengaruh variabel sosialisasi terhadap keputusan wakif untuk berwakaf menunjukkan nilai koefisien lajur sebesar 0.022 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan sosialisasi 1, maka keputusan wakif untuk berwakaf akan meningkat sebesar 0.022 dengan asumsi lainnya konstan.

Nilai T-statistik $2.546 > T\text{-tabel (1,96)}$. Dan nilai P-value $(0.011) < 0,05$. (Hipotesis diterima). Hasil ini menyimpulkan sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf, yang berarti sesuai dengan hipotesis yang ke tiga dimana sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.

- d. Pengujian hipotesis 3 citra lembaga terhadap keputusan wakif untuk berwakaf

Hasil hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pengaruh variabel citra lembaga terhadap keputusan wakif untuk berwakaf menunjukkan nilai koefisien lajur sebesar 0.593 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan citra lembaga 1, maka keputusan wakif untuk berwakaf akan meningkat sebesar 0.593 dengan asumsi lainnya konstan.

Nilai T-statistik $5.277 > T\text{-tabel } (1,96)$. Dan nilai P-value $(0.000) < 0,05$. (Hipotesis diterima). Hasil ini menyimpulkan citra lembaga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf, yang berarti sesuai dengan hipotesis yang ke empat dimana citra lembaga berpengaruh positif terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.

D. Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis)

1 Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Keputusan Wakif Untuk Berwakaf

Nilai T-statistik $0.379 < T\text{-tabel } (1,96)$. Dan nilai P-value $(0.705) > 0,05$. (Hipotesis 1 ditolak). Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ash-Shiddiqy (2017) berapapun pendapatan masyarakat tidak berpengaruh terhadap keputusan wakif untuk berwakaf uang. Dalam kondisi nyatanya di lapangan seperti yang diungkapkan oleh Bapak Muslimin (41 tahun) seorang karyawan swasta di Desa Donokerto Turi Sleman, Sabtu 4 Maret 2017 mengatakan: “Apapun jenjang pendidikan yang saya tempuh, saya akan menyisihkan sebagian harta saya untuk kepentingan agama salah satunya adalah wakaf uang karena untuk berwakaf uang dibutuhkan kesadaran religiusitas yang tinggi”. (Wawancara dengan Muslimin, Karyawan swasta, Turi Sleman, Sabtu 4 Maret 2017).⁷⁹

⁷⁹ Ash-Shiddiqy....., Pengaruh , h. 259.

Dalam pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa untuk berwakaf uang tidak harus orang yang berpendidikan tinggi, yang terpenting adalah tingkat religiusitas seseorang.

2 Pengaruh Pendapatan Terhadap Keputusan Wakif Untuk Berwakaf.

Nilai T-statistik $2.157 > T\text{-tabel } (1,96)$. Dan nilai P-value $(0.031) < 0,05$. (Hipotesis 2 diterima). Hasil ini menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf, yang berarti sesuai dengan hipotesis yang ke dua dimana pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.

Penelitian ini mendukung penelitian Amalia dan Puspita (2018) yang menyatakan pendapatan memiliki peluang untuk mempengaruhi keputusan wakif Jakarta untuk wakaf uang.

3 Pengaruh Sosialisasi Terhadap Keputusan Wakif Untuk Berwakaf.

Nilai T-statistik $2.546 > T\text{-tabel } (1,96)$. Dan nilai P-value $(0,011) < 0,05$. (Hipotesis 3 diterima). Hasil ini menunjukkan bahwa sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf, yang berarti sesuai dengan hipotesis yang ke tiga dimana sosialisasi berpengaruh positif terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.

Penelitian ini mendukung penelitian Sari (2018), yang menyatakan bahwa sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf uang di BMT Dana Insani Gunungkidul.

4 Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Keputusan Wakif Untuk Berwakaf.

Nilai T-statistik $5.277 > T\text{-tabel } (1,96)$. Dan P-value $(0,000) < 0,05$. (Hipotesis 4 diterima). Hasil ini menunjukkan bahwa citra lembaga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf, yang berarti sesuai dengan hipotesis yang ke empat dimana

citra lembaga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf.

Penelitian ini mendukung penelitian Sari (2018) temuan kualitatif menyatakan berdasarkan konsep strategi public relations dan teori citra oleh Frank Jefkins, citra perusahaan pada Badan Wakaf Al-Qur'an sudah cukup positif.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Sebagaimana hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan, sosialisasi dan citra lembaga terhadap keputusan wakif untuk berwakaf sebagai berikut:

1. Tingkat pendidikan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf. Dengan nilai parameter 0,022 dan nilai T-statistik $0.379 < T\text{-tabel } (1,96)$ dan nilai P-value $(0.705) > 0,05$.
2. Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf. Dengan nilai parameter 0.191 dan nilai T-statistik $2.157 > T\text{-tabel } (1,96)$ dan nilai P-value $(0.031) < 0,05$.
3. Sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf. Dengan nilai parameter 0.022 dan nilai T-statistik $2.546 > T\text{-tabel } (1,96)$ dan nilai P-value $(0,011) < 0,05$.
4. Citra lembaga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wakif untuk berwakaf. Dengan nilai parameter 0.593 dan nilai T-statistik $5.277 > T\text{-tabel } (1,96)$ dan nilai P-value $(0.000) < 0,05$.

B. SARAN

Dengan mempertimbangkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah ditemukan diatas, maka peneliti memberikan saran untuk penelitian berikutnya :

1. Sosialisasi kepada masyarakat yang dilakukan oleh Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang sekiranya perlu ditingkatkan supaya masyarakat lebih mengetahui produk wakaf dan berwakaf di Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang.
2. Lembaga-lembaga wakaf khususnya yang ada di Semarang harus aktif membuat pelaporan dana hasil wakaf serta penyalurannya. Informasi ini dapat ditayangkan pada website, media social dan media lainnya yang dengan mudah dapat di akses masyarakat.

3. Untuk memperoleh hasil studi yang lebih baik, maka perlu dilakukan uji lagi tentang variabel yang mempengaruhi keputusan wakif untuk berwakaf dengan menambahkan variabel bebas yang lebih banyak.
4. Untuk akademik penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti selanjutnya dengan objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperkaya khazanah kajian ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeyemi, Adewale Abideen et al. *An Empirical Investigation of the Determinants of Cash Waqf Awareness in Malaysia*, Malaysia: Intellectual Discourse, Special Issue, 2016.
- al-Anshary, Abi Yahya Zakariya. *Fath al-Wahhab*, Juz I, Beirut: Dar al-Fikr, t.th.
- Amalia, Alvien Nur & Puspita, *Keputusan wakif Jakarta dalam Berwakaf Uang pada Lembaga Wakaf*, Vol.2 No.2, Jakarta: Syi'ar Iqtishadi, 2018Rofiq, Ahmad. *Hukum Islam di Indonesia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997.
- Ash-Shiddiqy, Muhammad, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan dan Akses Informasi Terhadap Keputusan wakif untuk Berwakaf Uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY*, PANANGKARAN, Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat Volume 2, Nomor 2, Juli-Desember 2018.
- Ash-Shiddiqy, Muhammad, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak lokasi, Tingkat pendidikan dan Akses infotmasi Terhadap Keputusan wakif Untuk Berwakaf Uang di Badan Wakaf Uang/tunai MUI Daerah Istimewa Yogyakarta*, Skripsi Manajemen Keuangan Syariah, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Chalil, Rifyal Dahlawy. *Peran Keterlibatan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan Pada Loyalitas Jasa*, tesis tidak diterbitkan, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2012.
- Chin, Wynne W. *Modern Methods For Business Research*, London: Lawrence Erlbaum Associates, 1998.

- Dahlan, Rahmat, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir*, Al-Iqtishad:, Vol. VI No. 2, Juli 2014.
- Damsar, *Pengantar Sosiologi Pendidikan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur''an dan Terjemahnya*, Surabaya: Duta Ilmu, 2005.
- Fandy, Tjiptono. *Pemasaran Jasa*, edisi pertama, Yogyakarta; Penerbit, 2005.
- Fandy, Tjiptono. *Service, Quality and Satisfaction*, edisi ketiga, Yogyakarta: Andi, 2011.
- Faradis, Jauhar. *The Determinants of Wakif Preferences Toward Money-Cash Waqf*, Global Review of Islamic Economics and Business, Vol. 2, No.3 2015.
- Furqon, Ahmad. *Analisis Praktik Perwakafan Uang Pada Lembaga Keuangan Syariah*, Walisongo, Volume 19, Nomor 1, Mei 2011.
- Hasan, Muhammad. *Manajemen Zakat (Model Pengelolaan Yang Efektif)*, Yogakarta: Idea Press Yogyakarta, Juni 2011.
- Huda, Nurul, Mohamad Heykal. *Lembaga keuangan islam*, Prenada media, jakarta cetakan 3, 2015.
- Indrianawati, Entika. *Pengaruh Tingkat Pendapatan, dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya*, Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan, Vol. 3. No. 1, Tahun 2015.
- Jogianto, Willy Abdillah, *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, 2014.
- Kadariyah, *Analisa Pendapatan Nasional*, Jakarta: Bina Aksara, 1981.
- Kasdi, Abdurrohman, *Fiqh Wakaf dari wakaf klasik hingga wakaf produktif*, Idea Press, Yogyakarta, 2017

- Mannan, M. Abdul. *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*, diterjemahkan oleh M. Nastangin dari “Islamic Economics Theory And Practice”, Yogyakarta: Dana Bakti Primayasa, 1997.
- Munir, M. Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Nova, Firsan, *CRISIS Publik Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*, Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Nur’aini, Hanifah, M. Rasyid Ridla’. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi (Studi di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta)*, Jurnal MD, Edisi Juli-Desember 2015.
- Nur’Aini, Hanifah. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga, Dan Religiusitas Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi Pada Pos Kealdilan Peduli Ummat (PKPU) Cabang Yogyakarta*, Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2012.
- Philip, Kotler. *Manajemen Pemasaran*, edisi dua belas, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2008.
- Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi keempat, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008, Cet. IV.
- Qardawi, Yusuf. *Hukum Zakat: Studi Komparatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur’an dan Hadits*, diterjemahkan oleh Didin Hafidhuddin dkk dari “Fiqhuz Zakat”, Jakarta: Pustaka Litera Antar Nusa, 2004, cet. 7.
- Rahayu, Siti Kurnia. *Perpajakan Indonesia: Konsep dan Aspek Formal*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqih Sunnah*, Pena pundi aksara, Jakarta cetakan I, jilid 4 2006.

- Samsuri, Hamzah, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, Surabaya: Greisinda Press Surabaya, 2006.
- Schiffman dan Kanuk. *Perilaku konsumen*, edisi tujuh, Jakarta: Indeks, 2008.
- Setiadi, N.J. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2003.
- Soemirat, Soleh, *Dasar-dasar Public Relation*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Cv. Alfabeta, 2013) Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Suhendi, Hendi, Ramdani Wahyu. *Pengantar Studi Sosiologi Keluarga*, Bandung Pustaka Setia, 2001.
- Sukirno, Sadono. *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar*, edisi ketiga, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Taufiq, Ali Muhammad. 2004, *Praktik Manajemen Berbasis Al-Qur'an*, Gema Insani, Jakarta.
- Undang Undang No.41 tahun 2004.
- Warno, *Akuntabilitas Pengelolaan Zakat Infak dan Shodaqoh (ZIS) Dalam Penerapan UU Pengelolaan Zakat No. 23 Tahun 2011 Pada Lembaga Pengelola Zakat*, JURNAL STIE SEMARANG, VOL 8, NO 2, Edisi Juni 2016.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDENI

1. Nomor Responden :
2. Nama :
3. Pekerjaan :
4. Tingkat Pendidikan :
 - 1) SMA atau dibawahnya
 - 2) D3
 - 3) S1
 - 4) S2
 - 5) S3
5. Usia :
 - 1) 18 – 25 tahun
 - 2) 26 – 35 tahun
 - 3) 36 – 45 tahun
 - 4) 46 – 55 tahun
 - 5) Di atas 55 tahun
6. Rrata-rata total penghasilan pokok setiap bulan:
 - 1) < Rp.1.500.000,00
 - 2) Rp.1.500.000 s/d Rp. 2.500.000,00
 - 3) Rp.2.500.000,00 s/d Rp. 3.500.000,00
 - 4) > Rp. 3.500.000,00

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bacalah setiap pertanyaan dibawah ini dengan cermat dan teliti
2. Berilah satu tanda centang pada pilihan jawaban dibawah ini yang dianggap paling sesuai dengan jawaban anda

Petunjuk:

- 1 Pernyataan-pernyataan berikut ini mengukur persepsi Anda mengenai **Tingkat pendapatan**.
- 2 Gunakan skala 1-5 di mana 1 = Sangat Tidak Setuju dan 5 = Sangat Setuju.

NO	PERNYATAAN	Skala Penelitian				
		1	2	3	4	5
1	Kenaikan pendapatan atau harta kekayaan memotivasi saya untuk semakin menambah wakaf saya.					
2	Saya menunaikan wakaf karena tingkat pendapatan mencukupi kebutuhan.					

Petunjuk:

- 1 Pernyataan-pernyataan berikut ini mengukur persepsi Anda mengenai **Sosialisasi wakaf**.
- 2 Gunakan skala 1-5 di mana 1 = Sangat Tidak Setuju dan 5 = Sangat Setuju.

NO	PERNYATAAN	Skala Penelitian				
		1	2	3	4	5
1	Saya pernah mendapatkan informasi tentang wakaf dari keluarga/teman sepermainan/lingkungan kerja.					
2	Saya pernah mendapatkan informasi tentang wakaf melalui media cetak seperti spanduk dan iklan.					
3	Saya pernah mendapatkan iklan tentang wakaf melalui media sosial seperti Facebbok, Instagram danYoutube.					
4	BWA (Badan Wakaf Al-Qur'an) cab. Semarang memberikan sosialisasi mengenai wakaf.					

Petunjuk:

- 1 Pernyataan-pernyataan berikut ini mengukur persepsi Anda mengenai **Citra Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang**.
- 2 Gunakan skala 1-5 di mana 1 = Sangat Tidak Setuju dan 5 = Sangat Setuju.

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		1	2	3	4	5

1	Wakaf Al-Qur'an sangat identik dengan Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang.					
2	Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang memiliki perencanaan yang baik terlihat dalam program dan project yang dirancang secara profesional.					
3	Saya menilai bahwa Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang memiliki program yang inovatif, unik, solutif serta menyentuh kebutuhan asasi individu dan masyarakat.					
4	Saya menilai bahwa para Relawan/Petugas Wakaf yang ada di Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang selalu terlihat rapi dan professional saat bekerja.					

Petunjuk:

- 1 Pernyataan-pernyataan berikut ini mengukur persepsi Anda mengenai **Keputusan berwakaf** di Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang.
- 2 Gunakan skala 1-5 di mana 1 = Sangat Tidak Setuju dan 5 = Sangat Setuju.

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		1	2	3	4	5
1	Dengan adanya sosialisasi yang diberikan Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang, saya menjadi tertarik untuk berwakaf.					
2	Saya ikut berwakaf karna saya berharap bisa membantu masyarakat yang membutuhkan Al-Qur'an di daerah terpencil.					
3	Saya merasa terdorong untuk berwakaf di Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang karena terpercaya.					
4	Saya menyalurkan wakaf di Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang karena Badan Wakaf Al-Qur'an cabang Semarang memiliki berbagai macam program wakaf yang inovatif, unik, solutif, serta menyentuh					

	problem asasi masyarakat khususnya di daerah terpencil.					
--	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2

Data Reasponden

1. Tingkat Pendidikan

Responden	Tingkat Pendidikan
1	3
2	3
3	1
4	3
5	3
6	1
7	2
8	2
9	1
10	2
11	3
12	3
13	1
14	3
15	3
16	1
17	2
18	3
19	2
20	3
21	3
22	3
23	1
24	1
25	1
26	4
27	3
28	1
29	4
30	4
31	3
32	3
33	1
34	2

35	2
36	3
37	3
38	3
39	1
40	1
41	1
42	3
43	3
44	3
45	3

2. Pendapatan

Responden	Pendapatan	
	1	2
1	5	5
2	4	3
3	5	5
4	3	3
5	5	3
6	5	3
7	4	4
8	5	5
9	3	3
10	4	3
11	5	4
12	5	5
13	5	5
14	4	5
15	4	4
16	5	5
17	5	3
18	5	5
19	4	3
20	3	3
21	5	5
22	4	4
23	5	3
24	4	4

25	5	5
26	5	4
27	3	3
28	5	5
29	4	4
30	5	5
31	5	5
32	5	5
33	4	4
34	5	4
35	3	3
36	5	4
37	5	5
38	5	4
39	5	5
40	5	5
41	5	5
42	4	4
43	4	4
44	4	2
45	3	2

3. Sosialisasi

Responden	Sosialisasi			
	1	2	3	4
1	5	5	5	5
2	4	4	4	5
3	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
6	5	5	5	5
7	5	5	5	5
8	5	5	5	5
9	5	5	5	5
10	5	5	5	5
11	4	4	4	5
12	4	4	4	5
13	5	5	5	5
14	4	4	4	4

15	4	4	4	4
16	5	4	4	4
17	4	4	5	4
18	5	5	5	5
19	4	4	4	4
20	3	3	3	3
21	5	5	5	5
22	5	5	5	5
23	5	4	4	5
24	4	4	4	4
25	5	5	5	5
26	5	4	5	5
27	4	4	4	4
28	5	5	5	5
29	5	5	5	5
30	5	5	4	5
31	5	5	5	5
32	4	5	4	5
33	5	3	3	3
34	4	4	3	4
35	3	4	4	4
36	5	4	4	4
37	5	5	5	5
38	4	4	4	5
39	5	4	4	5
40	5	5	5	5
41	4	4	4	5
42	5	4	4	5
43	4	4	4	4
44	5	5	5	5
45	3	3	3	4

4. Citra Lembaga

	Citra Lembaga			
Responden	1	2	3	4
1	5	5	5	5
2	5	5	5	5
3	5	5	5	5
4	4	5	5	5

5	5	5	5	5
6	5	5	5	5
7	5	5	5	5
8	5	5	5	5
9	4	5	5	5
10	5	5	5	5
11	5	5	5	5
12	4	4	4	4
13	5	5	5	5
14	4	3	3	3
15	4	4	4	4
16	4	5	5	5
17	3	4	4	4
18	5	5	5	5
19	4	4	4	4
20	4	4	4	4
21	5	5	5	5
22	5	5	5	5
23	5	5	5	5
24	4	4	4	4
25	5	5	5	5
26	5	5	5	5
27	5	4	4	4
28	5	5	5	5
29	5	5	5	5
30	5	5	5	5
31	5	5	5	5
32	4	4	4	4
33	5	4	5	4
34	3	3	3	4
35	4	4	4	4
36	2	5	4	5
37	5	5	5	5
38	3	4	5	4
39	4	5	5	5
40	5	5	5	5
41	4	5	5	5
42	3	3	4	4
43	4	4	4	4
44	3	5	4	4

45	4	4	5	4
----	---	---	---	---

5. Keputusan

Responden	Keputusan			
	1	2	3	4
1	5	5	5	5
2	5	5	5	5
3	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
6	5	5	5	5
7	5	5	5	5
8	5	5	5	5
9	5	5	5	5
10	5	5	5	5
11	5	5	5	5
12	4	5	4	4
13	5	5	5	5
14	3	4	4	4
15	4	4	4	4
16	5	5	5	5
17	4	5	5	5
18	5	5	5	5
19	4	4	4	4
20	4	4	4	4
21	5	5	5	5
22	5	5	5	5
23	5	5	5	5
24	4	4	4	4
25	5	5	5	5
26	5	5	5	5
27	4	4	4	4
28	5	5	5	5
29	5	5	5	5
30	5	5	5	5
31	5	5	5	5
32	4	5	4	4
33	3	5	4	4
34	4	5	4	5

35	4	4	3	4
36	5	5	4	5
37	5	5	5	5
38	5	5	5	5
39	5	5	5	5
40	5	5	5	5
41	5	5	5	5
42	5	5	4	4
43	4	4	4	4
44	4	5	5	4
45	3	5	4	4

LAMPIRAN 3

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Outer Loading

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
TP <- TP	1	1	0		
PD-1 <- PD	0.959	0.959	0.046	20.69	0
PD-2 <- PD	0.836	0.815	0.107	7.787	0
SOS-1 <- SOS	0.829	0.828	0.083	9.963	0
SOS-2 <- SOS	0.925	0.917	0.033	27.868	0
SOS-3 <- SOS	0.907	0.903	0.039	23.024	0
SOS-4 <- SOS	0.864	0.862	0.036	23.811	0
CTR-1 <- CTR	0.68	0.682	0.107	6.34	0
CTR-2 <- CTR	0.946	0.948	0.027	34.581	0
CTR-3 <- CTR	0.928	0.922	0.039	23.971	0
CTR-4 <- CTR	0.952	0.955	0.015	63.787	0
KTS-1 <- KTS	0.884	0.889	0.029	30.878	0
KTS-2 <- KTS	0.805	0.793	0.086	9.348	0
KTS-3 <- KTS	0.919	0.921	0.029	32.17	0
KTS-4 <- KTS	0.942	0.94	0.026	35.729	0

Latent Variabel Corelation

	CTR	KTS	PD	SOS	TP
CTR	1				
KTS	0.825	1			
PD	0.326	0.514	1		
SOS	0.668	0.752	0.512	1	
TP	-0.166	-0.124	-0.151	-0.073	1

Quality Criteria

R Square

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KTS	0.781	0.806	0.057	13.722	0

R Square Adjusted

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KTS	0.759	0.787	0.063	12.124	0

Average Variance Extracted (AVE)

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
CTR	0.781	0.781	0.048	16.441	0
KTS	0.791	0.788	0.045	17.59	0
PD	0.809	0.796	0.073	11.11	0
SOS	0.778	0.775	0.051	15.34	0
TP	1	1	0		

Composite Reliability

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
CTR	0.933	0.932	0.018	50.505	0
KTS	0.938	0.936	0.017	56.19	0
PD	0.894	0.881	0.071	12.637	0
SOS	0.933	0.931	0.019	49.162	0
TP	1	1	0		

Lampiran 4

Analisis Faktor

Final Result

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
CTR -> KTS	0.593	0.593	0.11	5.401	0
PD -> KTS	0.191	0.198	0.086	2.23	0.026
SOS -> KTS	0.26	0.257	0.098	2.649	0.008
TP -> KTS	0.022	0.022	0.062	0.363	0.717

Confidance Interval

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	2.50%	97.50%
CTR -> KTS	0.593	0.593	0.381	0.808
PD -> KTS	0.191	0.198	0.048	0.388
SOS -> KTS	0.26	0.257	0.037	0.439
TP -> KTS	0.022	0.022	-0.1	0.144

Confidance Intervals Bias Corrected

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	2.50%	97.50%
CTR -> KTS	0.593	0.593	0.381	0.808
PD -> KTS	0.191	0.198	0.048	0.388
SOS -> KTS	0.26	0.257	0.037	0.439
TP -> KTS	0.022	0.022	-0.1	0.144

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Sumardi
Tempat dan Tanggal Lahir : Bontang, 09 Juni 1996
NIM : 1505026039
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Alamat : JL. Gatot Subrto, Berbas Pantai, Bontang Selatan.
No Hp : 081398627339
Email : sumardi1924@gmail.com

2. Pendidikan

- a) SD Negeri 010 Bontang Selatan
- b) SMP Negeri 8 Bontang Selatan
- c) SMA Negeri 2 Bontang Selatan
- d) S1 Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Semarang, 16 Desember 2019

Sumardi