

**PREFERENSI WAKIF DALAM MEMILIH WAKAF UANG DI  
BADAN WAKAF INDONESIA WILAYAH KOTA YOGYAKARTA**



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA PROGRAM STUDI MAGISTER HUKUM ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR MAGISTER EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**KURNIAWATI MEYLIANINGRUM, Lc  
NIM: 1520310088**

**PEMBIMBING:**

**Dr. H. FATHORRAHMAN, M.Si.  
Dr. SAMSUL HADI, S.Ag., M.Ag.**

**MAGISTER EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2017**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kurniawati Meylianingrum, Lc

NIM : 1520310088

Program Studi : Magister Hukum Islam

Konsentrasi : Keuangan Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 9 Mei 2017

Saya yang menyatakan,



**Kurniawati Meylianingrum, Lc**  
**NIM : 1520310088**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kurniawati Meylianingrum, Lc

NIM : 1520310088

Program Studi : Magister Hukum Islam

Konsentrasi : Keuangan Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 9 Mei 2017

Saya yang menyatakan,



**Kurniawati Meylianingrum, Lc**

**NIM : 1520310088**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-176/Un.02/DS/PP.00.9/05/2017

Tugas Akhir dengan judul : "PREFERENSI WAKIF DALAM MEMILIH WAKAF UANG DI BADAN WAKAF INDONESIA WILAYAH KOTA YOGYAKARTA".

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KURNIAWATI MEYLIANINGRUM, Lc  
Nomor Induk Mahasiswa : 1520310088  
Telah diujikan pada : Rabu, 17 Mei 2017  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Fathorrahman, S.Ag., M.Si.  
NIP. 19760820 200501 1 005

Penguji I

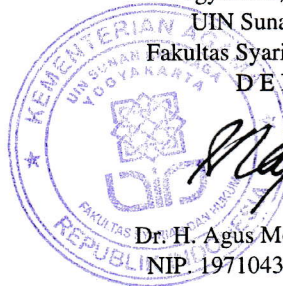
Dr. H. Fuad, M.A.  
NIP. 19540201 198603 1 003

Penguji II

Dr. H. Riyanta, M.Hum.  
NIP. 19660415 199303 1 002

Yogyakarta, 17 Mei 2017

UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Syari'ah dan Hukum  
DEKAN



Dr. H. Agus Moh. Najib, M.Ag.  
NIP. 19710430 199503 1 001

## **NOTA DINAS PEMBIMBING**

Kepada Yth.,  
Ketua Program Studi Magister Hukum Islam  
Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

### **PREFENSI WAKIF DALAM MEMILIH WAKAF UANG DI BADAN WAKAF INDONESIA WILAYAH KOTA YOGYAKARTA**

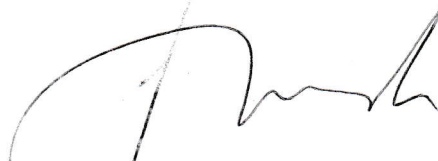
Yang ditulis oleh :

Nama : Kurniawati Meylianingrum, Lc  
NIM : 1520310088  
Program Studi : Magister Hukum Islam  
Konsentrasi : Keuangan Perbankan Syariah

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Magister Hukum Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Ekonomi Islam.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 4 Mei 2017  
Pembimbing



**Dr. Fathorrahman, M.Si**  
NIP : 197608202005011005

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,  
Ketua Program Studi Magister Hukum Islam  
Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

### **PREFENSI WAKIF DALAM MEMILIH WAKAF UANG DI BADAN WAKAF INDONESIA WILAYAH KOTA YOGYAKARTA**

Yang ditulis oleh :

Nama : Kurniawati Meylianingrum, Lc  
NIM : 1520310088  
Program Studi : Magister Hukum Islam  
Konsentrasi : Keuangan Perbankan Syariah

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Magister Hukum Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Ekonomi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 9 Mei 2017  
Pembimbing



**Dr. Samsul Hadi. S.Ag., M.Ag.**  
NIP : 197307082000031003

## ABSTRAK

Wakaf uang termasuk sebuah instrumen yang masih baru di Indonesia. Secara konseptual, wakaf uang ini mempunyai peluang yang besar di Indonesia. Pendapatan yang diperoleh dari wakaf uang ini dapat digunakan untuk pemberdayaan masyarakat maupun pemeliharaan dan pengelolaan tanah wakaf. Saat ini, wakaf uang sudah semakin dikenal oleh masyarakat dan menjadi perbincangan ulama syariah di dunia. Hal ini terjadi karena dampak perkembangan sistem perekonomian dan pembangunan yang memunculkan inovasi-inovasi baru. Wakaf uang dikategorikan sebagai instrumen finansial, keuangan sosial dan perbankan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk berwakaf uang. Apakah faktor-faktor tersebut timbul dari dalam diri masyarakat yang berupa religiusitas atau karena adanya nadzir wakaf uang yang telah ditunjuk oleh badan wakaf yang transparansi, akuntabilitas, pelayanan yang baik dan promosi yang diberikan oleh nadzir wakaf.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai tolak ukur untuk melihat pengaruh faktor-faktor preferensi wakif terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta. Dari hasil olah data, karakteristik wakif berdasarkan sosial dan ekonominya, wakif paling banyak berjenis kelamin laki-laki, dengan usia paling banyak antara 31 hingga 41 tahun, wakif terbanyak berpendidikan terakhir strata satu, karakteristik wakif berdasarkan profesinya terbanyak sebagai karyawan, untuk penghasilan terbanyak antara Rp 2.600.000,00 hingga Rp 3.500.000,00.

Hasil dari pengolahan data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel religiusitas, kepercayaan, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta. Sistem pengelolaan wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta tidak secara langsung menghimpun dana ataupun mengelola dana wakaf uang tersebut. Akan tetapi, penghimpunan dan penyaluran serta pengelolaan dana wakaf uang ini diserahkan kepada para nadzir yang telah memperoleh izin dari Badan Wakaf Indonesia untuk mengelola dana wakaf uang.

Kata Kunci: Wakaf, Wakaf Uang, Preferensi Wakif.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB –LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	bā'	b	Be
ت	tā'	t	Te
ث	ṣā'	ṣ	es (dengantitik di atas)
ج	jīm	j	Je
ح	ḥā	ḥ	ha (dengantitik di bawah)
خ	khā	kh	kadan ha
د	dāl	d	De
ذ	zāl	ẓ	zet (dengantitik di atas)
ر	rā'	r	Er
ز	zāi	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣād	ṣ	es (dengantitik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengantitik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengantitik di bawah)
ع	'ain	'	komaterbaik di atas
غ	gain	g	Ge
ف	fā'	f	Ef
ق	qāf	q	Qi
ك	kāf	k	Ka



ل	lām	l	El
م	mīm	m	Em
ن	nūn	n	En
و	Wāwu	w	We
هـ	hā'	h	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	yā'	y	Ye

## B. Konsonan Rangkap karena Syaddah dituliskan rangkap

متعقدين	Ditulis	Muta' aqqidīn
عدة	Ditulis	'Iddah

## C. *Tā' Marbūṭah*

### 1. Biladimatika ditulis h

هبة	Ditulis	Hibah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karāmah al-aulyā'
----------------	---------	-------------------

### 2. Bilatā' *marbūṭah* hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakāh al-fiṭri
------------	---------	----------------

#### D. Vokal Pendek

ا	Kasrah	Ditulis	i
آ	Fatḥah	Ditulis	a
أ	Dammah	Ditulis	u

#### E. Vokal Panjang

Fatḥah + Alif	Ditulis	a
جاهلية	Ditulis	jāhiliyyah
Fatḥah + Yā' Mati	Ditulis	a
يسعى	Ditulis	Yas'ā
Kasrah + Yā' Mati	Ditulis	ī
كريم	Ditulis	karīm
Dammah + Wāwu Mati	Ditulis	u
فروض	Ditulis	Furūḍ

#### F. Vokal Rangkap

Fatḥah + Yā' Mati	Ditulis	ai
بينكم	Ditulis	bainakum
Fatḥah + Wāwu Mati	Ditulis	au
قول	Ditulis	qaulu

#### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	Ditulis	a'antum
أأعدت	Ditulis	u'idat
لئن شكرتم	Ditulis	la'in syakartum

## H. Kata Sandang Alif + Lam

### 1. Bila diikuti Huruf Qamariyah

القرآن	Ditulis	al-Qur'ān
القياس	Ditulis	al-Qiyās

### 2. Bila diikuti Huruf Syamsiyah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (*el*)-nya.

السماء	Ditulis	as-Samā'
الشمس	Ditulis	asy-Syams

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	ẓawī al-furūd
اهل السنة	Ditulis	ahl as-sunnah

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَ  
أَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ  
الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ

Segala puji kami haturkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan nikmat, rahmat dan hidayahNya yang sangat melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tidak henti-hentinya Shalawat serta salam kita jujungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman yang berkembang dalam segi Ilmu, adab dan akhlaq.

Suatu nikmat kebahagiaan yang terdalam bagi saya sebagai penulis, dengan semangat dan asa yang tidak kenal putus asa sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini sebagai tugas akhir dalam Pendidikan Magister Syariah dan Hukum Konsentrasi Keuangan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam proses penulisan Tesis ini tentu tidak lepas dari segala hal yang membantu penulis dari berbagai pihak yang terkait, oleh sebab itu penulis menyampaikan rasa syukur yang sedalam-dalamnya atas dukungan, bimbingan dan bantuannya kepada :

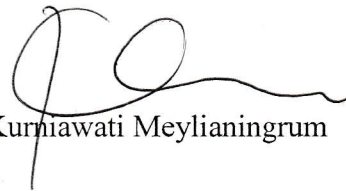
1. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Agus Moh. Najib, M.Ag. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Dr. Ahmad Bahiej, S.H., M.Hum. Ketua Prodi S2 Hukum Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Fathorrahman, S.Ag., M.Si. dan Bapak Dr. Samsul Hadi, S.Ag., M.Ag. sebagai dosen pembimbing yang selalu memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi tiada henti untuk penyelesaian tesis ini.
5. Bapak Muhammad selaku Ketua Badan Wakaf Indonesia Wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Bapak Subkhi selaku sekretaris Badan Wakaf Indonesia Wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Bapak H. M. Ridwan, SE., M.Ag selaku direktur BMT BIF serta Ketua Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta, dan Bapak Yusuf Wibisana, SE selaku ketua Dewan Masjid Indonesia Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, yang telah berpartisipasi dalam memberikan izin penelitian dan penjelasan mengenai wakaf uang kepada penulis untuk penelitian di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.
6. Seluruh dosen S2 Fakultas Syariah dan Hukum, dan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga, terimakasih banyak atas ilmu, bimbingan, arahan dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama menjadi Mahasiswi di UIN Sunan Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Ucapan terimakasih tak terhingga kepada papa tercinta, H. Rochani Masyhudi, dan mama Hj. Roemidjah serta Adik kembar Mutamimul Ulla, AM.d, dan Mutamimul Huda, AM.d yang tercinta, beserta keluarga besar Bani Masyhudi dan Darmo Witono yang saya banggakan, yang senantiasa memberikan do'a, arahan, bimbingan dan motivasinya sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.
8. Segenap sahabat-sahabat seperjuangan S2 Konsentrasi Keuangan dan Perbankan Syariah 2015 Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, M. Iman Taufik, M. Fakhri Amir, M. Muhajir Aminy, Andro agil N.R, Lalu Ahmad R, M. Khutub, Riza Rizki, Miftah Faris, Irwan Hamadi, Nurul Susianti, Cut Noer Halimah, Siti Nur Annisa A, , Fitriani, Rani Eka A,

Ulfa Ni'matus S, Sakifah, Desi Efilianti, Fatimatuz Zuhro, Sumiati Tomadehe.

9. Kepada sahabat-sahabatku GATZLLE-19 dan IKAMASUTA dimanapun berada.
10. Seluruh sahabat-sahabatku yang tentunya tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT, selalu memberikan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua, dan terimakasih untuk segala kebaikan yang telah diberikan, semoga Allah SWT, membalas dengan balasan yang sebaik-baiknya, saya menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini ada kesalahan dalam penulisan ataupun kalimat yang kurang berkenan saya mohon maaf sebesar-besarnya. Oleh karena itu, segala kritik dan saran dari pembaca yang bersifat konstruktif sangat diharapkan demi kesempurnaan tesis ini, semoga tesis ini bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 9 Mei 2017



Kurniawati Meylianingrum

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Hipotesis Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Kerangka Teoritik .....	11
1. Preferensi wakif.....	11
a. Definisi Preferensi.....	11
b. Konsep Preferensi .....	13
c. Keputusan Wakif.....	14
2. Wakaf Uang.....	16

a.	Definisi, Rukun, dan Syarat Wakaf.....	16
b.	Sejarah Wakaf Uang .....	19
c.	Hukum Wakaf Uang .....	24
d.	Wakaf di Dalam Undang-Undang.....	27
e.	Konsep Wakaf uang .....	27
3.	Religiusitas .....	29
a.	Kepribadian dan Sikap Keagamaan.....	29
b.	Agama dan Pengaruhnya Terhadap Kehidupan .....	32
4.	Kepercayaan .....	34
a.	Kejujuran .....	34
b.	Transparansi .....	35
c.	Keterbukaan Informasi .....	36
5.	Pelayanan .....	37
a.	Perilaku Konsumen .....	37
b.	Layanan Pelanggan.....	37
c.	Pelayanan Prima .....	40
d.	Kepuasan Konsumen .....	42
6.	Promosi.....	45
a.	Definisi Promosi Penjualan dan Manfaatnya.....	45
b.	Manajemen Periklanan.....	47
c.	Tawaran dan Alasan Untuk Memberikan Manfaat Ekstra.....	47
d.	Strategi pendekatan Promosi.....	49
G.	Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	50
H.	Metode Penelitian.....	56
1.	Lingkup dan Wilayah Penelitian .....	56



2. Populasi dan Pemilihan Sampel .....	56
3. Jenis dan Sifat Penelitian .....	57
4. Jenis dan Sumber Data .....	58
a. Data Primer .....	58
b. Data Sekunder .....	59
5. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	59
6. Teknik Pengumpulan Data .....	62
a. Wawancara .....	63
b. Kuesioner .....	63
c. Observasi .....	64
7. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	64
a. Uji Validitas .....	64
b. Uji Reliabilitas .....	66
8. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	67
a. Uji Regresi .....	67
b. Koefisien Determinasi .....	68
c. Uji F dan Uji t .....	68
I. Sistematika Pembahasan .....	70
<b>BAB II: KARAKTERISTIK WAKIF .....</b>	<b>73</b>
A. Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
B. Berdasarkan Usia .....	74
C. Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	75
D. Berdasarkan profesi .....	76
E. Berdasarkan Penghasilan .....	77
<b>BAB III: PENGARUH FAKTOR-FAKTOR TERHADAP KEPUTUSAN WAKIF DALAM MEMILIH WAKAF UANG METODE PENELITIAN ....</b>	<b>78</b>
A. Statistik Deskriptif .....	78

1. Uji Validitas .....	80
2. Uji Reliabilitas.....	82
B. Uji Pra Syarat analisis .....	82
1. Uji Normalitas .....	82
2. Uji Heteroskedastisitas.....	83
3. Uji Multikolinearitas .....	84
C. Uji Analisis Regresi Berganda.....	85
D. Uji Koefisien Determinasi .....	88
E. Uji Hipotesis .....	89
1. Uji F .....	89
2. Uji t .....	91
F. Pembahasan Hipotesis .....	92
1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Wakif .....	92
2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Wakif .....	93
3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Wakif .....	94
4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Wakif .....	95
<b>BAB IV: HASIL SISTEM PENGELOLAAN WAKAF UANG DI NADZIR BADAN WAKAF INDONESIA WILAYAH KOTA YOGYAKARTA .....</b>	<b>96</b>
A. Sistem Pengelolaan Wakaf Uang di BMI BMT Bina Ihsanul Fikri .....	97
B. Sistem Pengelolaan Wakaf Uang di Dewan Masjid Indonesia .....	99
C. Dana Wakaf Uang Yang Terdapat di Nadzir Yang Sudah Tutup .....	99
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>100</b>
A. Kesimpulan .....	100
B. Keterbatasan.....	101
C. Saran.....	102

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>107</b>
A. TABEL.....	I
B. TERJEMAH AL-QURAN DAN HADIS .....	IX
C. KUESIONER .....	XI
D. DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	XVII

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perhitunagn Potensi Wakaf Uang
Tabel 1.2	Uji Validitas 47 Responden
Tabel 2.1	Karakteristik Wakif Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 2.2	Karakteristik Wakif Berdasarkan Usia
Tabel 2.3	Karakteristik Wakif Berdasarkan Pendidikan
Tabel 2.4	Karakteristik Wakif Berdasarkan Profesi
Tabel 2.5	Karakteristik Wakif Berdasarkan Penghasilan
Tabel 3.1	Hasil Analisis Statistik Deskriptif
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas
Tabel 3.4	Hasil Uji Normalitas
Tavel 3.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas
Tabel 3.6	Hasil Uji Multikolinearitas
Tabel 3.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi
Tabel 3.8	Hasil Uji F
Tabel 3.9	Hasil Uji T

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Tabel-Tabel
Lampiran 2	Terjemah Al Quran dan Hadits
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian
Lampiran 4	Daftar Riwayat Hidup

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Wakaf adalah instrumen di dalam Islam yang bertujuan untuk mensejahterakan umat. Beberapa instrumen lain yang bertujuan sama dengan wakaf antara lain zakat, infak, shadaqah, dan hibah. Zakat, infak, shadaqah, dan hibah adalah instrumen yang sering dilakukan oleh umat Islam baik di dalam keseharian, setiap minggu, bulan, maupun setahun sekali. Sedangkan wakaf, pada umumnya lebih dikenal dengan pemberian lahan atau tanah yang dapat dimanfaatkan untuk pembangunan masjid, sekolah, atau pondok pesantren.

Pada hakikatnya, harta benda wakaf adalah harta benda yang memiliki daya tahan lama dan manfaatnya dapat dirasakan dalam waktu jangka panjang serta mempunyai nilai ekonomi menurut syariah. Harta benda atau objek dari wakaf ini terbagi menjadi dua yaitu harta benda tidak bergerak dan benda bergerak. Harta benda atau objek dari wakaf ini di jelaskan dalam pasal 16 ayat 2 dan ayat 3 Undang Undang No.41 Tahun 2004 tentang harta benda wakaf. Contoh benda tidak bergerak yang dapat diwakafkan seperti tanah, bangunan, tanaman, hak milik atas satuan rumah susun, dan benda yang tidak bergerak lainnya sesuai dengan ketentuan syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>1</sup>

Sedangkan benda bergerak yang dapat diwakafkan yaitu uang, logam mulia, surat berharga, kendaraan, Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI), hak sewa,

---

<sup>1</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, cet. ke-3, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 439.

benda bergerak lain yang sesuai dengan syariah dan perundang-undangan yang berlaku seperti mushaf, buku, dan kitab.<sup>2</sup>

Wakaf uang termasuk sebuah instrumen yang masih baru di Indonesia. Secara konseptual, wakaf uang ini mempunyai peluang yang besar di Indonesia. Pendapatan yang diperoleh dari wakaf uang ini dapat digunakan untuk pemberdayaan masyarakat maupun pemeliharaan dan pengelolaan tanah wakaf. Saat ini, wakaf uang sudah semakin dikenal oleh masyarakat dan menjadi perbincangan ulama syariah di dunia. Hal ini terjadi karena dampak berkembangnya sistem perekonomian dan pembangunan yang terus memunculkan inovasi-inovasi baru. Wakaf uang dikategorikan sebagai instrumen finansial, keuangan sosial dan perbankan sosial.

Menurut Nasution sebagaimana dikutip Sudirman Hasan<sup>3</sup>, potensi penghimpunan wakaf uang di Indonesia dapat dihimpun sebesar Rp 3 trilyun pertahun. Perhitungan ini didapat dengan asumsi: 1. bahwa banyak muslim kelas menengah memiliki kesadaran cukup tinggi untuk beramal, 2. jumlah muslim kelas menengah diperkirakan sebesar 10 juta jiwa dengan rata-rata penghasilan perbulan antara Rp 500.000,00 (lima ratus ribu rupiah) sampai dengan Rp 10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah), 3. nilai sertifikat wakaf uang dibagi besarnya mulai Rp 5.000,00 sampai dengan Rp 100.000,00 maka dapat dibuat perhitungan seperti Tabel 1.1:

---

<sup>2</sup>Jaih Mubarak, *Wakaf Produktif*, cet. ke-1, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), hlm. 63-138

<sup>3</sup>Sudirman Hasan, *Wakaf Uang Perspektif Fiqh, Hukum Positif, dan Manajemen*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 51.

**Tabel 1.1**  
Perhitunagn Potensi Wakaf Uang

Tingkat Penghasilan per-Bulan	Jumlah Muslim	Tarif Wakaf per-Bulan	Potensi Wakaf	Potensi Wakaf Uang per-Tahun
Rp 500.000,00	4 Juta Orang	Rp 5.000,00	Rp 20 Milyar	Rp 240 Milyar
Rp 1 - 2 Juta	3 Juta Orang	Rp 10.000,00	Rp 30 Milyar	Rp 360 Milyar
Rp 2 – 5 Juta	2 Juta Orang	Rp 50.000,00	Rp 100 Milyar	Rp 1,2 Trilyun
Rp 5 – 10 Juta	1 Juta Orang	Rp 100.000,00	Rp 100 Milyar	Rp 1,2 Trilyun
Total				Rp 3 Trilyun

Berdasarkan tabel perhitungan potensi wakaf menurut Nasution tersebut, maka dana ini jelas dapat membantu mengurangi beban negara yang saat ini masih terbelit hutang yang masih sangat besar. Analisis tersebut menandakan bahwa potensi dana wakaf uang yang dapat dihimpun dari masyarakat melalui lembaga wakaf profesional sangat besar jumlahnya.<sup>4</sup> Oleh karena itu, pemberdayaan lembaga wakaf merupakan salah satu instrumen finansial dalam sistem ekonomi Islam yang berada dalam keadaan mendesak untuk direalisasikan. Dana wakaf yang terkumpul tersebut hendaknya dimanfaatkan secara produktif supaya manfaat dari dana wakaf tersebut dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat tanpa terkecuali, sehingga akan tercipta kesejahteraan lahir dan batin.

Di Indonesia lembaga yang secara khusus mengelola dana wakaf uang dan beroperasi nasional adalah Badan Wakaf Indonesia (BWI). Tugas dari lembaga ini adalah mengkoordinir nadzir yang sudah ada atau mengelola secara mandiri harta

---

<sup>4</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Panduan Pengelolaan Wakaf Uang*, (Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Wakaf, 2013), hlm. 26.



wakaf yang dipercayakan wakif kepadanya, khususnya wakaf uang. Wakaf dalam bentuk uang ini mempunyai nilai produktif yang harus didorong untuk dilakukan pengelolaan yang bersifat produktif pula. Badan Wakaf Indonesia mempunyai fungsi strategis dalam pembinaan maupun pengawasan terhadap nadzir dalam pengelolaan wakaf secara produktif dan profesional.

Wakaf uang bisa dikelola oleh Bank Syariah (Lembaga Keuangan Syariah) maupun lembaga swasta. Untuk mendukung penghimpunan wakaf uang, Badan Wakaf Indonesia (BWI) bersama Kementerian Agama RI dan Bank Indonesia pasca dicetuskan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang wakaf dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 tentang pelaksanaannya memberikan izin kepada bank-bank syariah di Indonesia untuk dapat menjadi Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU) sebagai lembaga yang sah untuk menerima wakaf uang. Saat ini ada 15 lembaga keuangan syariah dan 102 nadzir wakaf yang sudah ditunjuk oleh Badan Wakaf Indonesia sebagai penerima wakaf uang.<sup>5</sup>

Tata cara pelaksanaan wakaf uang tercantum pada Peraturan Badan Wakaf Indonesia Nomor 1 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengelolaan dan Pengembangan Harta Benda Wakaf Berupa Uang dan Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2009 tentang Administrasi Pendaftaran Wakaf Uang. Apabila wakaf uang dikelola oleh Bank Syariah, maka Bank Syariah hanya menjadi nadzir yaitu penerima dan penyalur. Sedangkan pengelola dana akan dilakukan oleh lembaga lain, misalnya Badan Wakaf Indonesia (BWI) yang akan bertanggung

---

<sup>5</sup> [www.bwi.or.id](http://www.bwi.or.id). Diakses Pada Tanggal 2 Februari 2017

jawab pengelolaan termasuk hubungan kerjasama dengan lembaga penjamin yang berada pada BWI.<sup>6</sup>

Badan Wakaf Indonesia memiliki perwakilan cabang di setiap Provinsi di Indonesia termasuk Daerah Istimewa Yogyakarta. Badan Wakaf Indonesia Cabang Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta ini tidak sendiri di dalam penghimpunan dan penyaluran dana wakaf uang tersebut. Akan tetapi, proses penghimpunan dan penyaluran wakaf dilakukan oleh nadzir-nadzir yang telah memperoleh izin dari Badan Wakaf Indonesia. Ada 13 nadzir yang menghimpun dan menyalurkan wakaf uang di Daerah Istimewa Yogyakarta. 11 di antaranya sudah terdaftar di BWI dan dua lainnya masih dalam proses pendaftaran.

Di Wilayah Kota Yogyakarta ada lima nadzir penghimpun dan penyalur wakaf uang. Yaitu, Badan Wakaf Uang Tunai Majelis Ulama Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta, KSP BMT Al-Ikhlas, KJKS BMT Beringharjo, BMI BMT Bina Ihsanul Fikri, dan Dewan Masjid Indonesia Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Diantara lima nadzir tersebut, dua nadzir memiliki citra wakaf uang yang baik di dalam penghimpun maupun penyalurannya, yaitu Baitul Maal Indonesia BMT Bina Ihsanul Fikri dan Dewan Masjid Indonesia Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasarkan laporan penghimpunan dana wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Daerah istimewa Yogyakarta pada tahun 2016, terkumpul dana sebesar Rp 899.960.000,00. Jumlah yang besar tersebut menunjukkan bahwa ada

---

<sup>6</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, cet. ke-1, (Yogyakarta: Ekonesia, 2008), hlm. 289.

ketertarikan masyarakat muslim khususnya untuk mengembangkan produk wakaf uang sebagai instrumen keuangan syariah. Tentu ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk berwakaf uang. Apakah faktor-faktor tersebut timbul dari dalam diri individu masyarakat (religiusitas), atau karena sifat dari nadzir wakaf uang yang telah ditunjuk oleh badan wakaf. Seperti transparansi dan akuntabilitas nadzir wakaf uang, atau karena pelayanan baik yang diberikan oleh nadzir wakaf uang, atau karena adanya promosi melalui berbagai media, baik media informasi maupun informasi secara langsung. Faktor-faktor yang mempengaruhi berkembangnya eksistensi wakaf uang di masyarakat menjadi latar belakang dari penelitian ini.

Kebaharuan yang diangkat oleh peneliti adalah variabel kepercayaan, pelayanan, dan promosi sebagai faktor baru dan penelitian yang menggunakan metode regresi linear berganda dengan jenis analisis deskriptif kuantitatif untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh preferensi wakif dalam memilih produk wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang bahwa adanya optimisme masyarakat muslim terhadap instrumen wakaf uang, maka dapat dirumuskan permasalahan yang menjadi fokus pada :

1. Bagaimana karakteristik wakif berdasarkan sosial dan ekonominya?

2. Apakah faktor-faktor (religiusitas, kepercayaan, pelayanan, dan promosi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta?
3. Bagaimana sistem pengelolaan wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Melihat karakteristik responden yang merupakan wakif di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogya berdasarkan sosial dan ekonominya.
2. Menjelaskan pengaruh religiusitas, kepercayaan, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.
3. Menggambarkan mekanisme pengelolaan dana wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

Adapun manfaat penelitian ini ditujukan untuk akademisi maupun praktisi dengan beberapa poin, yaitu:

#### **a. Manfaat Ilmiah**

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi untuk bahan penulisan, penelitian, atau sosialisasi wakaf uang di wilayah Kota Yogyakarta. Serta menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya dalam mengembangkan kekurangan-kekurangan penelitian ini.

b. Manfaat Terapan

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para nadzir dan masyarakat luas dalam mengembangkan wakaf uang di masa sekarang maupun yang akan datang.

Memberikan informasi preferensi, bahan keilmuan, dan bahan referensi pengetahuan bagi para nadzir tentang preferensi wakif, sehingga dapat ditemukan strategi pengembangan wakaf uang.

Mendeskripsikan alasan yang melatarbelakangi wakif Badan Wakaf Indonesia Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam melakukan wakaf uang sehingga pihak Badan Wakaf lebih memperhatikan kecenderungan preferensi dari wakaf uang tersebut.

**D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai sesuatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekkannya. Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan peneliti adalah Preferensi wakif dalam Memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

H1 : Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

H2 : Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

H3 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

H4 : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

#### **E. Kajian Pustaka**

Adapun penelitian-penelitian yang digunakan sebagai rujukan dan penunjang dalam penelitian ini adalah penelitian yang berisi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wakif baik dalam mengembangkan produk wakaf uang atau minat wakif dalam memilih produk wakaf uang, diantaranya adalah:

Penelitian Ahmad Nizar<sup>7</sup> yang dilatarbelakangi oleh kenyataan bahwa terjadi kesenjangan yang besar antara akumulasi realisasi wakaf tunai dan perhitungan potensi wakaf tunai di Indonesia yang masih terbuka lebar. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi Wakif. Penelitian ini menggunakan metode regresi logistik dengan jenis penelitian deskriptif-korelasional yang membahas hubungan antara tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, mazhab dan media informasi sebagai variabel independen dan

---

<sup>7</sup> Ahmad Nizar, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Wakif Tentang Wakaf Uang, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, ESENSI Vol. 4, No 1, April 2014, hlm. 21-36.

persepsi waqif pada wakaf tunai sebagai variabel dependen. Berdasarkan analisis data, diketahui bahwa dari empat variabel independen yang diuji, tingkat pendidikan memiliki probabilitas yang lebih besar dibandingkan dengan variabel lain (tingkat pendapatan, mazhab, media informasi) dan signifikan secara statistik.

Penelitian selanjutnya yaitu milik Jauhar Faradis, penelitian ini dilatar belakangi strategi wakaf tunai di Badan Wakaf Uang Tunai Majelis Ulama Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta (BWUT MUI DIY) dan preferensi wakif terhadap produk dari BWUT MUI DIY. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis kondisi BWUT MUI DIY dan faktor-faktor yang mempengaruhi wakif terhadap produk wakaf uang tunai di BWUT MUI DIY. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Variabel terikat atau dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah probabilitas peningkatan dana wakaf uang, maksudnya adalah seberapa besar peluang peningkatan dana wakaf uang yang berhasil dikumpulkan. Sedangkan variabel dependen dari penelitian ini adalah variabel religiusitas, variabel *brand association*, dan variabel perilaku wakif. Teknik dan metode analisis data yang dilakukan adalah analisis SWOT, distribusi frekuensi, dan analisis faktor. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan analisis SWOT, maka *strenghts* BWUT MUI DIY adalah bekerjasama dengan Bank BPD DIY Syariah dan adanya surat Gubernur DIY. *Weakness* yang dimiliki adalah belum adanya legalitas serta masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap produk wakaf tunai. *Opportunities* BWUT MUI DIY wakaf tidak hanya untuk orang kaya. Sedangkan *Threats* yang dimiliki adalah belum adanya legalitas dan adanya

ulama yang tidak memperbolehkan wakaf tunai. Responden yang sudah berwakaf sebesar 82% dan yang belum berwakaf sebesar 18%. Faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh BWUT MUI DIY dalam mengembangkan produk wakaf uang adalah perilaku wakif, mekanisme komplain, dan memperhatikan produktifitas dalam penyaluran.<sup>8</sup>

## **F. Kerangka Teoretik**

### **1. Preferensi Wakif**

#### **a. Definisi Preferensi**

Menurut Bayne<sup>9</sup>, preferensi didefinisikan sebagai perasaan yang paling natural, kuat, dan nyaman terhadap cara-cara tertentu dalam berperilaku dan menjalani pengalaman. Menurut Linley<sup>10</sup>, preferensi merupakan kelebihan yang luas atau kapasitas yang telah ada sebelumnya untuk berperilaku, berfikir, dengan cara tertentu yang autentik dan menguatkan bagi pelakunya dalam membantu pengembangan dan kinerja yang optimal.

Preferensi adalah kecenderungan, pilihan, atau kesukaan. Makna epistemologi dari preferensi adalah sebuah konsep, yang digunakan pada ilmu sosial, khususnya ekonomi. Mengasumsikan pilihan realitas atau imajiner antara alternatif-alternatif dan kemungkinan dari pemeringkatan alternatif tersebut, berdasarkan kesenangan, kepuasan, gratifikasi, pemenuhan kegunaan yang ada.

---

<sup>8</sup> Jauhar Faradis, "Analisis Strategi Penghimpunan Wakaf Uang Tunai" Tesis, Program Studi Agama dan Lintas Budaya Minat Ekonomi Islam Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2010.

<sup>9</sup> Rowan Bayne, *Membaca Kepribadian Untuk Konselor*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 14.

<sup>10</sup> Alex Linley, *Average to A+. Realising Strengths in Yourself and Others*, (tp.: CAPP Press, Convery, 2008), hlm. 9.



Lebih luas lagi, bisa dilihat sebagai sumber dari motivasi. Pada ilmu kognitif, preferensi individual memungkinkan pemilihan tujuan.<sup>11</sup>

Menurut Kotler peranan preferensi pelanggan adalah pemrakarsa (*initiator*), pemberi pengaruh (*influencer*), pengambilan keputusan (*decider*), pembeli (*purchaser*) dan pengguna atau pemakai (*user*).<sup>12</sup> Preferensi digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari sifat kognitif seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan bertindak melalui objek atau ide. Sementara Schiffman dan Kanuk menyatakan sikap adalah ekspresi perasaan (*Inner Feeling*) yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek.<sup>13</sup>

Pada dasarnya, preferensi dalam ekonomi dan ekonomi Islam sangat jauh berbeda. Di dalam prinsip ekonomi kapitalis, preferensi ini hanya bersifat keuntungan. Berbeda di dalam Islam, yang dinamakan preferensi ini haruslah bertujuan untuk memperoleh kesejahteraan ekonomi, distribusi yang seimbang, mempunyai komitmen yang tinggi tentang persaudaraan, serta kemaslahatan. Karena, Islam tidak hanya menilai sesuatu atau mengukur keinginannya dengan rasionalitas, kebebasan ekonomi, dan utilitas (memaksimalkan nilai guna).<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> <http://kbbi..web.id/preferensi>. diakses tanggal 3 Maret 2017.

<sup>12</sup> Philip Kotler, *The Consumer Behavior in Marketing Management*. (Published by Simon & Schuster Pte.Ltd, 1999), hlm 50.

<sup>13</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2000) ed.10 hlm.154.

<sup>14</sup> Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam: Di Tengah Krisi Ekonomi Global*, (Jakarta: Zikrul, 2008), hlm. 73.

## b. Konsep Preferensi

Menurut Linley, konsep preferensi mempunyai beberapa poin penting, yaitu<sup>15</sup>:

- 1) Kelebihan-kelebihan seseorang ada di dalam dirinya, baik sejak lahir atau berkembang saat diri manusia masih anak-anak.
- 2) Ketika menggunakan kelebihan-kelebihan, seseorang merasa dirinya lebih terpenuhi, terkuatkan dan lebih nyata.
- 3) Seseorang belajar dengan lebih baik diwilayah-wilayah yang sudah menjadi kelebihan dirinya.
- 4) Melakukan sesuatu yang baik tidak sama dengan menikmatinya, meskipun sangat bersinggungan diantara dua hal ini.

Preferensi merupakan sebuah konsep yang lebih luas dari kelebihan dan dikelompokkan menjadi delapan preferensi di dalam teori psikologis standar, yaitu ekstraversi (*ekstraversion*), rasa (*sensing*), pikiran (*thinking*), menilai (*judging*), introversi (*introversion*), intuisi (*intuition*), perasaan (*feeling*), mengamati (*perceive*).<sup>16</sup>

Teori preferensi mengasumsi bahwa orang yang biasanya tidak mengekspresikan preferensi-preferensi mereka akan menjadi frustrasi dan duplikat yang buruk dari orang lain. Maksudnya adalah apabila seseorang tidak bisa mengekspresikan preferensinya, maka merasa ada kekurangan di dalam dirinya

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm. 10-13.

<sup>16</sup> Rowan Bayne, *Membaca Kepribadian Untuk Konselor*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 16.

dan juga tindakan yang dilakukan kurang efektif. Seseorang akan merasa lebih nyaman apabila mereka menjadi diri seseorang itu sendiri atau mengerjakan sesuatu yang dia senangi.<sup>17</sup>

### **c. Keputusan Wakif**

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses yang berlangsung dalam suatu sistem. Sistem dimana proses pengambilan keputusan berlangsung dan terdiri dari beberapa unsur yang masing-masing merupakan suatu faktor yang menentukan segala apa yang akan terjadi atau apa yang terjadi. Unsur utama yang terpenting di dalam proses pengambilan keputusan adalah masalah atau problema yang harus dihadapi atas keputusan itu sendiri.

Manfaat terbesar yang dapat diperoleh dari mempelajari teori tentang pengambilan keputusan adalah peningkatan kesadaran akan segala apa yang dipikirkan, dirasakan, yang hendak dilakukan oleh seseorang, sehingga dapat meningkatkan efisiensi kehidupan seseorang. Maksudnya adalah melakukan apa-apa yang benar-benar diperlukan menurut perhitungan rasional, mengurangi kebiasaan hidup ikut-ikutan orang lain. Dengan kemampuan seseorang mengambil keputusan, maka akan mampu menentukan dan merumuskan tujuan-tujuan riil yang hendak di capai.

Sifat keputusan menurut Profesor Prajudi Atmosudirdjo<sup>18</sup>, pengambilan keputusan merupakan sebuah seni yang bersifat perorangan atau pribadi orang

---

<sup>17</sup> I.P Myers dan Myers P.B, *Gifts Differing*, (California: Palo Alto, 1980), hlm. 189.

<sup>18</sup> Prajudi Atmosudirdjo, *Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982), hlm.

yang menghendaki keputusan tersebut beserta akibat-akibat yang akan ditanggung diri seseorang tersebut. Dengan demikian, semua keputusan manusia akan selalu berwarna secara subjektif.

Pengetahuan dan kepastian untuk mengetahui bahwa konsumen mau dan berkeputusan untuk memilih suatu produk, memerlukan sejumlah pengetahuan tentang perilaku, habit, faktor-faktor lain yang menentukan konsumen dalam melakukan pemilihan suatu produk baik barang atau jasa.<sup>19</sup>

Banyak faktor penentu wakif untuk memilih produk wakaf yang di promosikan oleh badan wakaf atau nadzir. Faktor-faktor itu dapat dipilah menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dapat meliputi indikator seperti adanya keinginan yang dimiliki wakif terhadap wakaf uang dengan tujuan amal atau investasi akhirat. Ada juga yang memilih wakaf uang karena dorongan dari dalam diri seorang wakif untuk beribadah kepada Allah SWT. Sedangkan faktor eksternal meliputi faktor akuntabilitas dan transparansi nadzir atau badan wakaf, faktor pelayanan yang baik dari nadzir atau badan wakaf, faktor promosi dan lain-lain yang kesemuanya ini merupakan faktor stimulus dari luar diri seorang wakif. Oleh karena itu, keputusan wakif adalah keputusan seorang wakif dalam berwakaf atas dasar faktor-faktor yang mempengaruhi minat atau keputusan seorang wakif dengan pertimbangan-pertimbangan yang berasal dari dalam diri individu wakif tersebut.

---

<sup>19</sup> Muslich, *Bisnis Syari'ah, Perspektif Mu'amalah dan Manajemen*, (Yogyakarta : STIM YKPN, 2007), hlm. 153.

## 2. Wakaf Uang

### a. Definisi, Rukun, dan Syarat Wakaf

Kata wakaf dalam etimologi mempunyai banyak arti dan makna. Di dalam kamus al-Asr disebutkan bahwa *wakafa* yang artinya berhenti *wakf* yang artinya mencegah, dan juga *intaha* yang berarti selesai. Ibnu manzur di dalam lisan al-Arab berpendapat bahwa secara etimologi, wakaf berasal dari perkataan Arab “*waqf*” yang berarti “*al-ḥabs*”. Ia merupakan kata yang berbentuk masdar (infinitive noun) yang pada dasarnya berarti menahan, berhenti, atau diam.<sup>20</sup>

Menurut Muhammad Ibnu Isma’il dalam kitab “*Subūl as-Salām*,”<sup>21</sup> wakaf adalah menahan harta yang mungkin diambil manfaatnya tanpa menghabiskan atau merusak bendanya dan digunakan untuk kebaikan. Dalam Istilah pada syariah Islam, wakaf diartikan sebagai penahanan hak milik atas materi atau benda untuk tujuan menyedekahkan manfaat atau faedahnya. Ulama fikih berbeda pendapat dalam memberi definisi wakaf.<sup>22</sup>

Adapun rukun dan syarat wakaf adalah<sup>23</sup>:

1) Al-Wakif (orang yang berwakaf)

Syarat-syarat wakif ada empat, yaitu:

- a) Harus pemilik penuh harta yang akan diwakafkan. Artinya dia merdeka untuk mewakafkan harta itu kepada siapa saja yang dikehendaki.

<sup>20</sup> Ibnu Mandzūr, *Lisān al-Arab*, (Libanon: Dār al-Kutub al-Ilmiyah, 2009), XI : 276.

<sup>21</sup> Al-Imām as-Shan’ani, *Subūl as-Salām*, (Kairo: Dār Qāhirah, t.t.), III : 88.

<sup>22</sup> Muhammad Abid Abdullah al-Kabisi, *Hukum Wakaf*, terj. *Ahkam Al-Waqf fi Syariah Islamiyyah*, (Jakarta: KMPC, 2003), hlm. 38.

<sup>23</sup> Andri Soemitra M.A, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, cet. ke-3, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 437.

- b) Orang yang berakal sehat. Tidak sah orang yang berwakaf jika dia gila, mabuk, dan orang bodoh.
- c) Baligh
- d) Orang yang mampu bertindak sesuai hukum (rasyid)

2) Al-Mauquf (benda yang diwakafkan)

Harta yang diwakafkan itu tidak sah jika dipindah milikkan apabila ia memenuhi beberapa syarat berikut:

- a) Barang yang diwakafkan adalah barang berharga.
- b) Barang yang diwakafkan mestilah diketahui kadarnya. Apabila harta atau benda itu tidak diketahui jumlahnya (majhul) maka pengalihan milik tidak sah.
- c) Harta atau benda yang diwakafkan harus menjadi hak milik wakif.
- d) Harta atau barang itu harus berdiri sendiri dan tidak melekat pada harta lain.

3) Al-Mauquf Alaih (orang yang menerima manfaat wakaf)

Dari segi klasifikasinya, orang yang menerima wakaf ini dibedakan menjadi dua. Yaitu orang-orang tertentu (muayyan) dan orang-orang tidak tertentu (gairu muayyan). Yang dimaksud tertentu adalah jelas orang yang menerima wakaf itu apakah untuk seorang fulanah atau dua orang fulan dan fulanah atau satu kelompok tertentu dan tidak boleh diubah. Contohnya adalah, seorang wakif mewakafkan sebidang tanah untuk fulan agar fulan dapat memproduktifkan tanah tersebut untuk perkebunan dan hasilnya berguna untuk menghidupi keluarganya.

Jadi, penerima wakaf tersebut sudah jelas. Sedangkan yang tidak tertentu maksudnya orang yang menerima wakaf itu tidak ditentukan secara terperinci, misalnya untuk masyarakat luas baik itu untuk orang fakir, untuk orang miskin, orang yang membutuhkan, dan lain sebagainya. Contohnya adalah seorang wakif mewakafkan sebuah masjid dan yang menerima manfaat wakaf ini adalah masyarakat luas. Siapapun boleh memakai masjid ini yang tentunya untuk kegiatan positif, seperti shalat berjamaah, pengajian, dan lain sebagainya.<sup>24</sup>

#### 4) Sigah (ikrar wakaf)

Syarat-syarat sigah berkaitan dengan isi ucapan yaitu:

- a) Ucapan itu mengandung kata-kata yang menunjukkan kekekalan (ta'bid).

Tidak sah wakaf tersebut jika ada ucapan dengan batas waktu tertentu

- b) Ucapan itu dapat direalisasikan segera (tanjiz) tanpa disangkutkan atau dikaitkan dengan syarat tertentu.

- c) Ucapan tersebut bersifat pasti.

- d) Ucapan tersebut tidak diikuti oleh syarat yang membatalkan.

#### 5) Nadzir

Dalam kitab-kitab fiqih, ulama tidak mencantumkan nadzir wakaf sebagai salah satu rukun wakaf, karena wakaf merupakan ibadah *tabarru'* (pemberian yang bersifat non profit). Namun demikian, setelah memperhatikan tujuan wakaf yang ingin melestarikan manfaat dari hasil harta wakaf, maka keberadaan nadzir sangat dibutuhkan, bahkan menempati pada peran sentral. Sebab, di pundak nadzir

---

<sup>24</sup> Andri Soemitra M.A, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, cet. ke-3, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 438-439.

tanggung jawab dan kewajiban memelihara, menjaga dan mengembangkan wakaf serta menyalurkan hasil atau manfaat dari wakaf kepada sasaran wakaf.<sup>25</sup>

Terlalu banyak contoh pengelolaan harta wakaf yang dikelola oleh nadzir yang sebenarnya tidak mempunyai kemampuan memadai, sehingga harta wakaf tidak berfungsi secara maksimal, bahkan tidak memberi manfaat sama sekali kepada sasaran wakaf. Untuk itulah profesionalisme nadzir menjadi ukuran yang paling penting dalam pengelolaan wakaf jenis apapun. Kualifikasi profesionalisme nadzir secara umum dipersyaratkan menurut fikih sebagai berikut, yaitu :

- a) Beragama Islam,
- b) Mukallaf (memiliki kecakapan dalam melakukan perbuatan hukum),
- c) Baligh (sudah dewasa)
- d) ‘Aqil (berakal sehat)
- e) Memiliki kemampuan dalam mengelola wakaf (professional) dan
- f) Memiliki sifat amanah, jujur dan adil.

#### **b. Sejarah Wakaf Uang**

Praktik wakaf telah dikenal sejak awal Islam. Bahkan masyarakat sebelum Islam telah mempraktikkan sejenis wakaf, tapi dengan nama lain, bukan wakaf. Karena praktik sejenis wakaf telah ada di masyarakat sebelum Islam, tidak terlalu menyimpang kalau wakaf dikatakan sebagai kelanjutan dari praktik masyarakat sebelum Islam.<sup>26</sup> Praktik sejenis wakaf di masyarakat sebelum Islam dibuktikan dengan adanya tempat-tempat ibadah yang dibangun di atas tanah yang

---

<sup>25</sup> Direktorat pemberdayaan Wakaf, *Strategi Pengembangan Wakaf Tunai di Indonesia*, (Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2013), hlm. 20-21.

<sup>26</sup> Warren F Ilcman, dkk, *Filantropi di Berbagai Tradisi Dunia*, terj. Amelia Fauzia dan Dick Van Der Meij, (Jakarta: CSRC UIN Jakarta, 2006), hlm.9-16.



pekarangannya dikelola dan hasilnya untuk membiayai perawatan dan honor yang merawat tempat ibadah tersebut. Masjid al-Haram di Mekkah dan masjid al-Aqsha misalnya telah dibangun di atas tanah yang bukan hak milik siapapun, tetapi milik Allah. Kedua masjid itu dimanfaatkan untuk kemaslahatan umat. Pertanyaannya, kenapa masyarakat sebelum Islam telah mempraktikkan sejenis wakaf? Di masyarakat sebelum Islam telah dikenal praktik sosial dan di antara praktik-praktik sosial itu adalah praktik menderma sesuatu dari seseorang demi kepentingan umum atau dari satu orang untuk semua keluarga. Karena praktik sejenis wakaf yang terjadi pada masyarakat sebelum Islam memiliki tujuan yang seiring dengan Islam, yaitu terdistribusinya kekayaan secara adil dan kemudian berujung pada kesejahteraan bersama, maka Islam mengakomodirnya dengan sebutan wakaf.<sup>27</sup>

Pada tahun kedua hijriah, setelah Nabi Muhammad SAW hijrah dari Mekkah ke Madinah, disyari'atkanlah wakaf. Di kalangan *fukaha'* (juris Islam) terdapat dua pendapat siapa yang mempraktikkan Syari'at wakaf. a. sebagian ulama mengatakan bahwa Nabi Muhammad sendiri yang mempraktikkan wakaf pertama kali, yaitu ketika Nabi mewakafkan tanahnya untuk dibangun masjid di atasnya. Argumentasi pendapat pertama ini didasarkan kepada hadis:

---

<sup>27</sup> Direktorat pemberdayaan Wakaf, *Panduan Pengelolaan Wakaf*, (Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2013), hlm. 4.

وروي عن ابن شبة عن عمر ابن سعد بن معاد قال: سألنا عن أول حبس في الإسلام فقال المهاجرون صدقة عمر وقال الأنصار صدقة رسول الله صلى الله عليه وسلم<sup>28</sup>

Ada sebagian ulama yang mengatakan bahwa yang pertama kali mempraktikkan Syari'at wakaf adalah Umar bin Khattab. Argumentasi ini didasarkan kepada hadis yang diriwayatkan oleh Ibn Umar ra., ia berkata:

عن ابن عمر رضي الله عنهما قال: أصاب عمر أرضا بخير فأتى النبي صلى الله عليه وسلم يستعمر فيها فقال يا رسول الله إني أصبت أرضا بخير لم أصب مالا قط هو أنفس عندي منه فما تأمرني به فقال له رسول الله إن شئت حبست أصلها و تصدقت بها فتصدق بها عمر أنها لا تباع ولا يوهب ولا تورث .قال وتصدق بها في القربى و في الرقاب و في سبيل الله وابن السبيل والضيف لا جناح على من وليها أن يأكل منها بالمعروف و يطعم غير متمول<sup>29</sup>

Namun hadits tersebut tidak dapat menverifikasi kedua pendapat di atas, karena argumentasi yang dibangun keduanya hanya didasarkan kepada hadis, namun tidak disebutkan kapan Nabi Muhammad SAW dan Umar mempraktikkan Syari'at wakaf. Tidak disebutkan kapan kedua hadis yang dijadikan dasar argumen kedua pendapat itu disabdakan oleh Nabi Muhammad. Dengan

<sup>28</sup> Muhammad bin Ali asy-Syaukani, *Nail al Autār*, (Beirut: Dar Hadits, 1413 H), III : 129.

<sup>29</sup> Muslim bin Hujāj al-Qasyairi an-Naisaburi, *Sahīh Muslim*, (ttp.: tnp., t.t. ), III : 1256

disebutkannya tahun, baik ketika Nabi Muhammad SAW dan Umar mempraktikkan Syari'at wakaf maupun tahun disabdakannya kedua hadis tersebut, maka dapat diketahui siapa yang pertama kali mempraktikkan Syari'at wakaf.<sup>30</sup>

Pada masa dinasti Umayyah dan dinasti Abbasiyah praktik wakaf semakin berkembang. Banyak orang yang ingin mewakafkan hartanya. Wakaf tidak hanya diperuntukkan kepada fakir-miskin, tetapi wakaf juga digunakan sebagai modal untuk membangun lembaga pendidikan, membangun perpustakaan dan membayar gaji para stafnya, gaji para guru dan beasiswa untuk para siswa dan mahasiswanya. Banyaknya masyarakat yang ingin mewakafkan hartanya menarik perhatian negara untuk mengatur dan mengelolanya. Pengaturan dan pengelolaan wakaf yang baik akan berimplikasi tumbuhnya sektor sosial dan ekonomi masyarakat. Dengan wakaf yang dikelola secara baik, maka masyarakat akan sejahtera.<sup>31</sup>

Pada masa khalifah Hisyam bin Abdul Malik dari dinasti Umayyah, yang menjadi hakim di Mesir adalah Taubah bin Gar al-Haḍramiy. Al-Haḍramiy memiliki perhatian yang besar terhadap pengembangan wakaf, karena itu ia berinisiasi untuk membentuk lembaga pengelola wakaf tersendiri sebagaimana lembaga lainnya yang berada di bawah pengawasan hakim. Lembaga wakaf inilah yang pertama kali dilakukan dalam administrasi wakaf di Mesir dan di negara Islam. Pada saat yang bersamaan, hakim al-Haḍramiy juga mendirikan lembaga

---

<sup>30</sup> Direktorat pemberdayaan Wakaf, *Panduan Pengelolaan Wakaf*, (Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2013), hlm. 8.

<sup>31</sup> *Ibid.*

pengelola wakaf di Basrah, Irak. Sejak itulah lembaga pengelola wakaf berada di bawah pengawasan Departemen Kehakiman, sehingga wakaf dapat dikelola secara baik dan hasilnya disalurkan kepada yang berhak dan membutuhkan. Pada masa dinasti Abbasiyah ada lembaga pengelola wakaf yang disebut “*Shadr al-Wuquf*”. Lembaga ini mengurus administrasi dan memilih staf pengelola lembaga wakaf.

Pada saat ini, wakaf uang menjadi populer karena M. A. Mannan dengan berdirinya sebuah lembaga yang disebut dengan *Social Investment Bank Limited* (SIBL) di Bangladesh. SIBL memperkenalkan produk sertifikat wakaf uang pertama kali di dunia. Lembaga ini mengumpulkan dana dari para orang kaya untuk dikelola secara professional sehingga menghasilkan keuntungan yang dapat disalurkan kepada orang-orang yang berhak. Kinerja SIBL ini yaitu mengelola wakaf uang dengan mengembangkan pasar modal sosial (*The Voluntary Capital Market*).<sup>32</sup>

Di Indonesia terdapat banyak benda wakaf baik wakaf benda bergerak atau benda wakaf tidak bergerak. Dalam perjalanan sejarah, wakaf terus berkembang dan akan selalu berkembang bersamaan dengan laju perkembangan zaman dengan inovasi yang relevan seperti bentuk wakaf uang, wakaf Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) dan lain sebagainya. Saat ini wakaf semakin mendapat

---

<sup>32</sup> Sudirman Hasan, *Wakaf Uang: Perspektif Fiqh, Hukum Positif, dan Manajemen*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm 23-24

perhatian yang serius dengan diterbitkannya Undang-Undang NO. 41 Tahun 2004 tentang wakaf dan PP no. 42 Tahun 2006 tentang pelaksanaannya.<sup>33</sup>

Akhir-akhir ini wakaf mengalami perubahan paradigma yang cukup signifikan dalam pengelolaan wakaf sebagai instrumen yang mensejahterakan masyarakat. Konteks ini dikenal dengan wakaf produktif. Ahmad Junaidi dan kawan-kawan menawarkan dua hal yang berkaitan dengan wakaf produktif.

- a. Asas paradigma baru wakaf yang meliputi asas keabadian manfaat, asas pertanggungjawaban, asas profesionalitas manajemen dan asas keadilan.
- b. Aspek paradigma baru wakaf yaitu pembaruan pemahaman mengenai wakaf, sistem manajemen nadzir atau manajemen sumberdaya insani dan sistem perekrutan wakif.<sup>34</sup>

### c. Hukum Wakaf Uang

Wakaf uang dibolehkan berdasarkan firman Allah, hadis Nabi dan pendapat Ulama, yaitu:

لن تنالوا البرَّ حتى تنفقوا ممَّا تحبونَ وما تنفقوا من شئٍ ء فإنَّ الله به ۛ عليم ۝<sup>35</sup>

مثل الَّذِينَ ينفقونَ أموالهم في سبيلِ الله كمثلِ حبةٍ أَنبَتَتْ سبعَ سنابلٍ في كلِّ

سنبلَةٍ مائةٌ حبةٌ وَاللهُ يَضَعُ لِمَن يَشَاءُ وَاللهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ<sup>36</sup>

<sup>33</sup> Andri Soemitra M.A, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, cet-ke 3, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 436.

<sup>34</sup> *Ibid.*, hlm. 437

<sup>35</sup> QS. Ali Imran (3) : 92.

<sup>36</sup> QS. Al-Baqarah (2) : 261.

Hadis Rasulullah:

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم اذا مات ابن آدم انقطع عمله إلا من ثلاث : صدقة جارية أو علم ينتفع به او ولد صالح يدعوه.<sup>37</sup> (روه مسلم)

Wakaf uang adalah wakaf yang dilakukan oleh seorang wakif atau sekelompok wakif dan lembaga maupun badan hukum dalam bentuk uang tunai<sup>38</sup>. Hukum mewakafkan uang merupakan masalah yang diperdebatkan dikalangan ulama fiqh. Hal ini disebabkan karena dalam mengembangkan harta wakaf berkisar pada penyewaan harta wakaf seperti tanah, gedung, rumah, dan semacamnya.

Seperti yang dicantumkan oleh direktorat pemberdayaan wakaf Kementrian Agama, Imam al-Bukhari mengatakan bahwa Imam az-Zuhri berpendapat bahwa dinar dan dirham boleh diwakafkan. Caranya adalah dengan menjadikan dinar dan dirham sebagai modal dagang kemudian menyalurkan keuntungan dari dagang itu sebagai wakaf. Wahbah az-Zuhaili juga mengungkapkan bahwa mazhab Hanafi membolehkan wakaf uang atas dasar *istihsan bil-urfi* karena sudah banyak dilakukan kalangan masyarakat pada zaman itu. Cara melakukan wakaf uang menurut mazhab Hanafi adalah dengan

<sup>37</sup> Muslim bin Hujāj al-Qasyairi an-Naisaburi, *Sahīh Muslim*, (tp.: tnp., t.t. ), III : 426.

<sup>38</sup> Direktorat pemberdayaan Wakaf, *Panduan Pengelolaan Wakaf*, (Jakarta: Kementrian Agama Republik Indonesia, 2013), hlm. 1

menjadikannya modal usaha seperti mudharabah dan mubadhaah dan keuntungannya diberikan kepada pihak wakaf.<sup>39</sup>

Di kalangan ulama Malikiyyah pendapat yang membolehkan berwakaf dalam bentuk uang yang disebut didalam kitab al-Majmu'. Sedangkan menurut al-Bakri dari mazhab Syafi'i tidak membolehkan wakaf tunai karena dinar dan dirham akan lenyap ketika dibayarkan sehingga tidak ada lagi wujudnya. Oleh sebab itu, beberapa ulama kurang menerima hukum wakaf uang dengan alasan penggunaan aset wakaf uang akan berhubungan dengan praktik riba. Alasan ulama yang tidak membolehkan berwakaf dengan uang adalah<sup>40</sup>:

- a. Bahwa uang bisa habis zat nya dalam sekali pakai. Persyaratan benda yang diwakafkan adalah benda yang tahan lama atau tidak habis dipakai.
- b. Uang seperti dinar dan dirham diciptakan sebagai alat tukar yang mudah untuk orang melakukan transaksi jual-beli bukan untuk ditarik manfaatnya dengan mempersewakan zatnya.

Perbedaan pendapat ini dikarenakan wujud uang tersebut. Namun melihat potensi perkembangan perekonomian sangat mungkin untuk melaksanakan wakaf uang. Misalkan uang yang diwakafkan digunakan sebagai modal usaha seperti yang dikatakan pada mazhab Hanafi atau bisa diinvestasikan dalam wujud saham maupun deposito. Wujud nilai uang tetap terpelihara dan menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu yang lama.

---

<sup>39</sup> *Ibid.*, hlm. 2.

<sup>40</sup> Biro Perbankan Syariah, *Peranan Perbankan Syariah dalam Wakaf Tunai*, Makalah Seminar Wakaf Tunai-Inovasi Finansial Islam, UI Jakarta, 10 November 2001.

#### **d. Wakaf dalam Undang-Undang**

Berikut ini peraturan perundang-undangan tentang wakaf yang ada di Indonesia<sup>41</sup>:

- 1) Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang wakaf.
- 2) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf.
- 3) Peraturan Menteri Agama Nomor 73 Tahun 2013 tentang Tata Cara Perwakafan Benda Tidak Bergerak dan Benda Bergerak Selain Uang.
- 4) Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2009 tentang Administrasi Pendaftaran Wakaf Uang.
- 5) Peraturan Badan Wakaf Indonesia Nomor 1 Tahun 2008 tentang Prosedur Penyusunan Rekomendasi terhadap Permohonan Penukaran atau Perubahan Status Harta Benda Wakaf.
- 6) Peraturan Badan Wakaf Indonesia Nomor 3 Tahun 2008 tentang Tata Cara Pendaftaran dan Penggantian Nazhir Harta Benda Wakaf Tidak Bergerak Berupa Tanah.
- 7) Peraturan Badan Wakaf Indonesia Nomor 1 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengelolaan dan Pengembangan Harta Benda Wakaf Berupa Uang.

#### **e. Konsep Wakaf Uang**

Wakaf uang dapat digunakan sebagai satu instrumen keuangan dan merupakan produk baru dalam sektor perbankan. Beberapa pedoman operasional

---

<sup>41</sup> Badan Wakaf Indonesia [bwi.or.id](http://bwi.or.id) diakses pada tanggal 3 Mei 2017



Sertifikat Wakaf uang yang di praktekkan oleh *Social Investment Bank Limited* (SIBL)<sup>42</sup>.

- 1) Wakaf uang harus dipandang sebagai sumbangan sesuai dengan syariah. Bank akan mengelola wakaf atas nama wakif.
- 2) Wakaf dapat diberikan berulang kali dan rekening yang dibuka sesuai dengan nama yang diberikan wakif.
- 3) Wakif diberi kebebasan untuk memilih sasaran wakaf, baik yang sudah diidentifikasi oleh SIBL atau yang lainnya sesuai dengan syariah.<sup>43</sup>
- 4) Dana wakaf uang akan mendapatkan keuntungan pada tingkat yang paling tinggi yang ditawarkan oleh bank dari waktu ke waktu.
- 5) Dana wakaf akan tetap dan hanya dana yang berasal dari keuntungan yang akan dibagikan kepada sasaran yang telah dipilih wakif. Keuntungan yang belum dibagikan secara otomatis akan digabungkan dengan dana wakaf yang sudah ada yang akan terus berkembang sepanjang waktu.
- 6) Wakif juga dapat meminta bank untuk menyalurkan seluruh keuntungan yang diperoleh kepada sasaran yang telah ditentukan oleh wakif.
- 7) Wakif mempunyai kesempatan memberikan wakaf uang sepanjang waktu.
- 8) Wakif memiliki hak untuk memberikan perintah pada bank untuk mengambil dana wakaf dari rekening lainnya si SIBL secara rutin.
- 9) Wakaf uang harus diterima dalam bentuk bukti penerimaan sumbangan (endowment receipt voucher) tertentu dan satu sertifikat untuk seluruh

---

<sup>42</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2008), hlm. 288.

<sup>43</sup> Adapun sasaran wakaf yang sudah berhasil diidentifikasi oleh SIBL secara umum antara lain: Rehabilitasi Keluarga, Pendidikan dan Kebudayaan, Kesehatan dan Sanitasi, serta Pelayanan Sosial.

nilai harus diterbitkan ketika wakaf tersebut diberikan. Prinsip dan ketentuan mengenai rekening wakaf uang berdasarkan amandemen dan akan dievaluasi dari waktu ke waktu.

Wakaf uang bisa dikelola oleh Bank Syariah (Lembaga Keuangan Syariah) maupun lembaga swasta. Pengelolaan wakaf ini disebut dengan nadzir. Nadzir berasal dari istilah bahasa Arab yaitu dari kata “nadzara” yang mempunyai arti menjaga, memelihara, mengelola, dan mengawasi dan dapat diartikan sebagai pengawas atau penjaga. Nadzir wakaf adalah orang yang diberi tugas untuk mengelola wakaf. Di dalam bahasa Indonesia dikembangkan menjadi kelompok orang atau badan hukum yang di amanahi untuk memelihara dan mengurus benda wakaf. Dengan demikian nadzir berarti orang yang berhak untuk bertindak atas harta wakaf baik dalam mengurusnya, memeliharanya, mengembangkannya, dan mendistribusikan hasil wakaf kepada orang yang berhak menerimanya.<sup>44</sup>

### **3. Religiusitas**

#### **a. Kepribadian dan Sikap Keagamaan**

Menurut pendapat Sukamto, kepribadian terdiri dari empat aspek, yaitu *Qalb*, *Fuad*, *Ego*, dan *Akhlak*. Dari empat kepribadian ini mempunyai fungsi, sifat, komponen, prinsip kerja, dan dinamika masing-masing. Akan tetapi, ke empat aspek ini sangat berhubungan erat dan tidak bisa dipisah-pisahkan.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Abdul Aziz, M.Ag, *Manajemen Investasi Syariah*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2010), hlm. 254.

<sup>45</sup> Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm, 214.

*Qalb* adalah hati yang menurut terminologinya adalah sesuatu yang bolak-balik. Berasal dari kata *qalaba* yang artinya adalah membolak-balik. Bisa juga diartikan sebagai hati maupun kehatian (nafsiologis). Kehatian menurut nafsiologis dapat diartikan dengan radar kehidupan.

Selanjutnya adalah *fuad*. *Fuad* adalah perasaan terdalam pada diri seseorang, atau bisa disebut juga dengan hati nurani dan berfungsi sebagai penyimpan daya ingat. Salah satu kelebihan *fuad* dibandingkan dengan *qalb* yaitu, dalam situasi yang bagaimanapun, maka dia tidak akan bisa berdusta. Seperti yang telah diterangkan di dalam al-Quran :

46 ما كذب الفؤاد ما رأى<sup>46</sup> ۞

Yang ketiga yaitu ego. Aspek ini sangat berhubungan dengan realita. Fungsi dari ego ini adalah mengontrol cara-cara yang ditempuh, memilih kebutuhan-kebutuhan, memilih objek-objek yang bisa memenuhi kebutuhan, dan juga mempersatukan hal-hal yang bertentang antara *qalb*, *fuad*, dan dunia luar. Tujuan dari ego ini adalah merumuskan suatu rencana untuk pemuasan kebutuhan dan mengujinya apakah rencana itu berhasil atau tidak.<sup>47</sup>

Terakhir adalah aspek tingkah laku. Tingkah laku seseorang sangat berkaitan dengan pengalaman yang disadari oleh pribadi. Kesadaran merupakan sebab dari tingkah laku. Maksudnya adalah bahwa apa yang dipikir dan dirasakan

---

<sup>46</sup> QS An Najm :11

<sup>47</sup> Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm, 216.

oleh seorang individu untuk menentukan apa yang dikerjakan. Adanya nilai yang dominan, maka akan mewarnai seluruh kepribadian seseorang dan ikut serta menentukan tingkah laku seseorang tersebut. Masalah normal atau abnormal tingkah laku seseorang, ditentukan oleh nilai dan norma yang sifatnya universal. Orang yang disebut normal adalah orang yang seoptimal mungkin melaksanakan iman dan amal sholeh di segala tempat. Sedangkan orang yang abnormal adalah orang yang melakukan sifat-sifat *dzalim*, fasik, syirik, kufur, dan sejenisnya.<sup>48</sup>

Dalam kaitan kepribadian dengan tingkah laku keagamaan, maka dalam kepribadian manusia sebenarnya sudah diatur dengan sistem kerja untuk menyelaraskan tingkah laku manusia agar tercapai ketenteraman di dalam batinnya. Menurut Erich Fromm<sup>49</sup> pembentukan kepribadian tergantung dari dua faktor lingkungan, yaitu asimilasi dan sosialisasi. Yang dimaksud dengan asimilasi adalah hubungan manusia dengan benda. Sedangkan sosialisasi adalah hubungan manusia dengan manusia. Oleh karena itu, kedua faktor ini ikut berpengaruh dalam pembentukan watak atau karakter sebagai bagian dari unsur kepribadian.

Pembentukan kepribadian dimulai dari penanaman sistem nilai pada diri anak. Dengan demikian, pembentukan kepribadian keagamaan harus dimulai dari pembentukan sistem nilai yang bersumber dari nilai-nilai ajaran agama dalam diri seorang anak. Pembentukan sistem nilai ini sangat tergantung dari pembelajaran yang diberikan oleh orang tua serta lingkungan keagamaan yang mendukung.

---

<sup>48</sup> Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 217.

<sup>49</sup> *Ibid.*, hlm, 219.

Sistem nilai memberi pengaruh dalam pembentukan kepribadian yang memuat empat unsure utama yaitu dapat tercermin dari ciri khasnya (*individuality*), sikap dan perilaku (*personality*), pola pikir (*mentality*), dan jati diri (*identity*). Oleh karena itu, kepribadian yang berdasarkan nilai-nilai ajaran agama terlihat dari kemampuan seseorang untuk menunjukkan ciri khas dari dirinya sebagai penganut agama melalui sikap dan perilaku yang sejalan dengan nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya. Dan juga pola pikir yang cenderung pada keyakinan agamanya, serta kemampuannya untuk mempertahankan jati diri sebagai orang yang beragama.<sup>50</sup>

#### **b. Agama dan Pengaruhnya terhadap Kehidupan**

Menurut seorang sosiolog agama Elizabeth K. Nottingham, berpendapat bahwa agama bukanlah sesuatu yang dapat dipahami melalui definisi, akan tetapi dapat dipahami melalui deskripsi atau penggambaran. Menurut gambarannya, agama adalah gejala yang begitu sering “terdapat dimana-mana”. Agama menjadi alat ukur manusia atas keberadaan dirinya sendiri dan juga alam semesta. Oleh karena itu, agama akan melibatkan diri manusia didalam masalah-masalah kehidupan di dunia.<sup>51</sup>

Agama didalam kehidupan individu seseorang berfungsi sebagai sistem nilai yang memuat norma-norma tertentu. Secara umum, norma-norma tersebut

---

<sup>50</sup> Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm 221.

<sup>51</sup> Elizabeth K Nottingham, *Agama dan Masyarakat: Suatu Pengantar Sosiologi Agama*, terj. Abdul Muis Naharong, (Jakarta: Rajawali, 1975), hlm. 3-4.

menjadi acuan didalam bersikap dan bertingkah laku agar sejalan dengan agama yang dianutnya. Menurut Mc. Guire<sup>52</sup>:

*Diri manusia memiliki bentuk sistem nilai tertentu. Sistem nilai ini merupakan sesuatu yang dianggap bermakna bagi dirinya. Sistem ini dibentuk melalui belajar dan proses sosialisasi. Perangkat sistem nilai inidipengaruhi oleh keluarga, teman, institusi pendidikan, dan masyarakat luas.*

Mc. Guire berpendapat bahwa sistem nilai yang berdasarkan agama, dapat memberi individu seseorang dan masyarakat perangkat sistem nilai dalam bentuk keabsahan dan pembenaran dalam mengatur pola tingkah laku, pola berpikir, dan pola bersikap.

Agama berpengaruh sebagai motivasi dalam mendorong individu untuk melakukan aktivitas. Aktivitas yang dilakukan dengan latar belakang agama, maka mempunyai unsur ketaatan dan juga ibadah. Karena, seorang individu akan terikat kepada ketentuan antara mana yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan menurut agama yang dianutnya.<sup>53</sup>

Agama juga sebagai pemberi harapan. Seseorang yang melaksanakan perintah agama, umumnya karena adanya suatu harapan baik itu berupa pahala, atau pengampunan dari Tuhan Yang Maha Esa. Nilai ini dapat mendorong seseorang untuk bersikap jujur, menepati janji, menjaga amanat, dan lain sebagainya. Sikap-sikap ini akan terasa lebih mendalam jika bersumber dari keyakinan terhadap agama.

---

<sup>52</sup> Meredith B McGuire, *Reliigion:The Social Context*, terj. Jalaluddin (California: Wadworth Inc, 1981), hlm 24

<sup>53</sup> Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012). hlm. 321.

#### 4. Kepercayaan

Dalam membangun sebuah kepercayaan pada lembaga wakaf tentunya berbeda dengan kepercayaan pada lembaga keuangan syariah, jika pada lembaga keuangan syariah harus ada jaminan keamanan atas asset maupun uang yang telah dititipkan oleh nasabah kepada lembaga tersebut. Karena, lembaga wakaf bukanlah lembaga tempat menyimpan uang untuk kekayaan pribadi. Wakaf adalah sebuah instrumen ibadah yang bertujuan untuk membantu seseorang yang membutuhkan seperti halnya zakat, infak, shodaqah, hibah dengan mengharap pahala dari Allah SWT.

Untuk itulah pola pengelolaannya harus profesional dan harus menggunakan semua perangkat operasionalnya untuk menjaga kepercayaan masyarakat tersebut. Konsep untuk menjaga kepercayaan tersebut adalah:

##### a. Kejujuran

Sikap jujur dan patuh terhadap standar etika bisnis akan dapat menumbuhkan rasa saling percaya, saling menghormati di antara para pelaku bisnis, yang pada gilirannya nanti akan berdampak pada adanya efisiensi dalam berusaha serta menciptakan iklim persaingan yang sehat di dunia bisnis sehingga kepentingan semua pihak yang terkait, termasuk para pelanggan akan dapat dilayani dengan memuaskan tanpa ada benturan-benturan.<sup>54</sup>

Kejujuran (kebenaran) ialah nilai dari keutamaan yang utama-utama dan pusat akhlak, dimana dengan kejujuran maka suatu bangsa menjadi teratur segala

---

<sup>54</sup><http://Muhammadsaprudin.blogspot.co.id/2015/03/makalah-etika-profesi-dalam-bidang.html>. diakses pada 28 Maret 2017.

urusan menjadi tertib dan perjalanannya adalah perjalanan yang mulia. Kejujuran akan mengangkat harkat pelakunya di tengah manusia, maka ia menjadi orang terpercaya, pembicaraanya disukai, ia di cintai orang-orang, ucapannya di perhitungkan oleh penguasa, dan persaksianya diterima di pengadilan. Dengan Rasulullah SAW memerintahkan kita untuk berlaku jujur, sebagaimana juga Allah SWT memerintahkan didalam firmanNya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصّٰدِقِينَ<sup>55</sup>

#### b. Transparansi

Bank Indonesia pada tanggal 30 Januari 2006 telah mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 8/4/PBI/2006 tentang Pelaksanaan GCG bagi perbankan. Akan tetapi, hal transparansi ini tidak hanya bagi bank saja akan tetapi berlaku untuk semua lembaga keuangan baik profit maupun non-profit. Badan Wakaf adalah salah satu lembaga keuangan non-profit.

Tujuan di keluarkannya PBI ini adalah untuk memperkuat kondisi internal lembaga keuangan baik profit maupun non profit dalam menghadapi risiko, meningkatkan perlindungan dan pemberdayaan pelanggan. Untuk mengurangi informasi asimetris, antara lain diatur mengenai kewajiban lembaga keuangan profit maupun non profit secara transparan mengenai produknya, tidak ada unsur penipuan, informasi yang menyesatkan, dan yang merugikan pelanggan.<sup>56</sup>

<sup>55</sup> QS. At-Taubah (9) :119

<sup>56</sup> Muhammad Arif Efendi, *The Power of good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2009), hlm 85



c. Keterbukaan informasi

Di era informasi, transparansi dan akuntabilitas sudah merupakan kebutuhan mendesak yang sudah tidak bisa ditawar kembali. Keterbukaan dan pengungkapan merupakan masalah yang disorot oleh public. Pada saat ini, masyarakat memerlukan keterbukaan informasi lembaga keuangan baik profit maupun non profit. Menurut *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) harus memastikan bahwa pengungkapan yang tepat waktu dan akurat dilakukan terhadap semua hal material yang berkaitan dengan perusahaan, mencakup kondisi keuangan, kinerja, kepemilikan, dan tata kelola perusahaan.<sup>57</sup>

Pengungkapan informasi sebuah perusahaan perlu dilakukan secara seimbang. Maksud seimbang disini adalah informasi yang disampaikan jangan hanya informasi positif saja, akan tetapi informasi yang bersifat negatif. Hal ini untuk menghindari informasi yang salah serta informasi penting yang disembunyikan oleh perusahaan yang berakibat merugikan pihak lain.

Oleh karena itu, kejujuran, transparansi, dan keterbukaan informasi penting untuk membangun kepercayaan wakif dalam berwakaf. Karena dengan adanya kepercayaan, maka suatu lembaga akan tetap terjaga.

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, hlm 103.

## 5. Pelayanan

### a. Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen berkembang pada tahun 1960 didasarkan pada teori ekonomi yang menjelaskan bahwa seorang konsumen akan menetapkan kuantitas komoditas yang dikonsumsi dengan cara memaksimalkan kepuasan (*utilitas*). Pada penentuan kuantitas tersebut, konsumen dihadapkan pada kendala pendapatan dan harga komoditas. Sementara itu, preferensi dan variabel yang lain dianggap tetap atau konstan yang disebut dengan istilah *ceteris paribus*.<sup>58</sup>

Menurut Peter dan Olson (1999) disebutkan bahwa elemen utama dalam kerangka kerja konseptual perilaku konsumen ada empat, yaitu afeksi dan kognisi (*affect and cognition*), perilaku (*behavior*), lingkungan, dan strategi pemasaran (*marketing strategy*). Elemen afeksi melibatkan perasaan dan kognisi melibatkan pikiran atau akal. Tanggapan afeksi ini sangat beragam, misalnya penilaian positif atau negatif, rasa senang atau tidak senang. Sedangkan kognisi, merupakan proses mental dan psikologis serta struktur pengetahuan yang dilibatkan dalam tanggapan seseorang terhadap lingkungannya. Dan yang dimaksudkan dengan perilaku adalah tindakan nyata konsumen yang dapat diobservasi secara langsung, maksudnya adalah bahwa perilaku berhubungan dengan apa yang sebenarnya dilakukan oleh konsumen.<sup>59</sup>

### b. Layanan Pelanggan

Yang dimaksud layanan pelanggan di sini adalah *customer service*. Setiap adanya peristiwa bertemunya manusia dengan manusia yang lainnya dimanapun

---

<sup>58</sup> Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hlm. 9.

<sup>59</sup> *Ibid.*, hlm. 10.

tempatnya akan melibatkan aspek melayani. Baik yang dilakukan secara sadar atau langsung maupun secara tidak sadar dan tidak langsung. Faktor layanan telah bertumbuh pesat sebagai diferensiasi dan posisi unik melalui perancangan dan penyampaian layanan spesifik. Hal ini berdampak pada strategi bersaing antar perusahaan.

Setiap interaksi dengan seorang *customer* adalah sebuah bentuk dari layanan pelanggan. Bentuk interaksi ini bermacam-macam, baik melalui tatap muka langsung atau melalui telepon, surat, email, dan lain sebagainya. Semua bentuk kontak dengan pelanggan ini, memikul tanggungjawab yang sama terhadap persepsi konsumen mengenai suatu bisnis dan tingkat kepuasan secara menyeluruh yang mereka rasakan ketika berhubungan dengan bisnis itu. Jadi, layanan pelanggan benar-benar tentang memuaskan kebutuhan pelanggan dan melampaui harapan-harapan mereka.<sup>60</sup>

Seorang pelanggan pasti memiliki harapan-harapan tertentu sebelum menggunakan suatu bisnis. Pemahaman-pemahaman tentang harapan dari pelanggan akan sangat membantu dalam memberikan layanan terbaik. Ada beberapa harapan-harapan yang dikemukakan oleh para ahli dalam literature kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Empat macam harapan pelanggan tersebut adalah<sup>61</sup>:

---

<sup>60</sup> Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda*, cet. ke-1, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 5.

<sup>61</sup>*Ibid.*, hlm. 6.

### 1) *Equitable performance*

Yang dimaksud adalah penilaian normatif yang mencerminkan kinerja yang seharusnya diterima seseorang atas biaya dan usaha yang telah dicurahkan untuk membeli dan mengkonsumsi barang atau jasa tertentu.

### 2) *Ideal performance*

Maksudnya yaitu, tingkat kinerja optimum atau ideal yang diharapkan oleh seorang pelanggan.

### 3) *Expected performance*

Yaitu tingkat kinerja yang diperkirakan atau diantisipasi, paling disukai atau diharapkan oleh pelanggan.

### 4) *Adequate expectation*

Yaitu, tingkat kinerja produk atau jasa terendah yang dapat ditoleransi oleh pelanggan.

Apabila suatu bidang bisnis memberikan layanan pelanggan yang baik, maka pelanggan akan puas dan mereka akan kembali lagi. Pelanggan pun akan memberitahu teman-teman mereka, dan teman-teman mereka pun akan memberitahu teman-teman mereka yang lain, begitu seterusnya. Hasilnya, daya tarik bisnis ini akan semakin besar dari mulut ke mulut dan menjadi sebuah promosi gratis. Itulah manfaat dari layanan pelanggan yang baik.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup> *Ibid.*, hlm. 10-11..

Semangat layanan pelanggan (*customer service passion*) adalah yang harus selalu dijadikan sebuah komitmen. Dan harus dimulai dari level atas sebuah organisasi dan akan menyebar keseluruh anggota. Manajemen puncak sangat berperan sebagai *role model* yang ditiru oleh karyawannya.

### **c. Pelayanan Prima**

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan didalam sebuah perusahaan, maupun diluar perusahaan. Bentuk pelayanan prima ini tidak terlepas dari tiga komponen penting, yaitu adanya *attitude*, *skill*, dan *knowledge*.

Pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang terbaik atau sangat baik. Secara etimologis, Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan pelayanan adalah “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Karena pada dasarnya pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>63</sup>

Tujuan dari pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan pelayanan fokus kepada pelanggan. Pelayanan prima ini akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat atau bisnis kepada pelanggan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan.

---

<sup>63</sup> *Ibid.*, hlm. 107.

Pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Definisi kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan-harapannya. Untuk memenuhi kepuasan dari masyarakat, meski kepuasan relative bermacam-macam, tetapi alangkah baiknya jika birokrat atau pelayan memiliki pribadi prima yang dapat dilihat dari indikator-indikator berikut: 1) tampil ramah, 2) tampil sopan dan penuh hormat, 3) tampil yakin, 4) tampil rapi, 5) tampil ceria, 6) tampil senang memaafkan, 7) senang bergaul, 8) senang belajar dari orang lain, 9) senang pada kewajaran, 10) senang menyenangkan orang lain.<sup>64</sup>

Dalam upaya menetapkan pelayan prima kepada para pelanggan, ada banyak poin yang wajib diperhatikan dan dilaksanakan, satu diantaranya adalah menjalankan konsep A4, yang terdiri dari<sup>65</sup>:

### **1) Attitude**

Dalam menjalankan konsep pelayanan prima kepada para pelanggan, sikap atau *attitude* merupakan poin yang sangat penting. Sikap yang ramah, sopan, sabar, dalam melakukan pelayanan kepada konsumen tanpa membedakan level kelasnya harus ditetapkan seimbang.

### **2) Attention**

Langkah berikutnya adalah perhatian. Maksudnya adalah tindakan untuk memperhatikan keinginan pelanggan serta fokus dalam menciptakan kepuasan konsumen. Perhatian tersebut dapat diwujudkan dengan berbagai cara, contohnya

---

<sup>64</sup> *Ibid.*, hlm. 111.

<sup>65</sup> *Ibid.*, hlm. 117.

mencermati karakter pelanggan yang datang, memahami kepentingan dan kebutuhan pelanggan, dan lain sebagainya.

### 3) *Action*

Setelah memulai pelayanan dengan *attitude* yang bagus serta memperhatikan segala hal yang menjadi keinginan konsumen, hal yang dilakukan berikutnya adalah tindakan guna mewujudkan apa yang diharapkan oleh konsumen. Tindakan yang dilakukan hendaknya memenuhi prinsip cepat, tepat, hemat, dan selamat.

### 4) *Anticipation*

Sebagai usaha terakhir dari usaha melakukan pelayanan prima kepada konsumen atau pelanggan adalah menyiapkan solusi dari segala kemungkinan yang terjadi didalam sebuah bisnis. Antisipasi yang perlu disiapkan dalam pelayanan prima tentu yang menyangkut dengan kepentingan pelanggan atau konsumen.

## **d. Kepuasan konsumen**

Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan serta bebas dari kekurangan. Kepuasan konsumen juga dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Menurut Zeithaml, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi atas kualitas jasa, harga, serta factor situasional dan factor personal. Kepuasan

konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk barang atau jasa yang diberikan kepada pelanggan.<sup>66</sup>

Persepsi konsumen terhadap jasa yang diterimanya dipengaruhi oleh:

1) Cara penyampaian jasa

Jika seorang konsumen berinteraksi dengan sebuah perusahaan untuk pertama kalinya, penyampaian jasa akan menjadi kesan pertama terhadap perusahaan. Pada kondisi ini, konsumen biasanya belum mempunyai dasar penilaian terhadap perusahaan, sehingga interaksi pertama akan sangat penting dalam membentuk persepsi konsumen akan kualitas perusahaan tersebut.

Setiap pengalaman positif akan menambah citra gabungan terhadap mutu yang tinggi, sementara citra negatif akan membuat konsumen merasa ragu atau tidak pasti akan kualitas perusahaan tersebut. Dalam menyampaikan jasa, ada tiga metode yang dapat digunakan yaitu, tanpa kontak langsung dengan manusia (*remote encounters*), kontak dengan manusia secara tidak langsung (*phone encounters*), dan cara kontak langsung (*face-to-face encounters*).

2) Bukti pelayanan

Ada tiga kategori bukti pelayanan, yaitu yang berhubungan dengan orang (*people evidence*) contohnya adalah keramahan, pengetahuan, kesabaran karyawan. Dan yang kedua adalah bukti proses (*process evidence*), misalnya adalah kemampuan perusahaan menyelenggarakan jasa sesuai dengan janjinya,

---

<sup>66</sup> *Ibid.*, hlm. 90.



dan yang terakhir adalah bukti fisik (*physical evidence*), contohnya adalah kebersihan dan kenyamanan tempat pelayanan.<sup>67</sup>

### 3) *Image* perusahaan

*Image* perusahaan adalah persepsi konsumen tentang suatu perusahaan yang ada di dalam ingatan konsumendan dibangun melalui komunikasi. Contohnya adalah iklan, hubungan masyarakat, citra fisik, komunikasi, oleh pengalaman nyata terhadap perusahaan.

Image perusahaan sangat berpengaruh pada persepsi konsumen atas pelayanan sebuah perusahaan. Apabila sebuah perusahaan mempunyai image yang baik, maka konsumen akan meredam kekecewaan dan menjadikan hal yang positif terhadap perusahaan tersebut. Akan tetapi apabila perusahaan memberikan pengalaman yang buruk, maka konsumen juga akan memandang bahwa perusahaan itu buruk. Image yang buruk ini menyebabkan seorang pelanggan atau konsumen tidak puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut.<sup>68</sup>

### 4) Harga

Harga jasa banyak mempengaruhi persepsi, kualitas, kepuasan dan nilai jasa. Pada harga yang tinggi, maka konsumen akan menuntut kualitas tinggi dan persepsi mereka akan mempengaruhi ekspektasinya. Namun sebaliknya, apabila harga terlalu rendah, maka konsumen akan meragukan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan jasa.<sup>69</sup>

---

<sup>67</sup> *Ibid.*, hlm. 95.

<sup>68</sup> *Ibid.*, hlm. 95.

<sup>69</sup> *Ibid.*, hlm. 96.

## 6. Promosi

Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran. Pemasaran adalah salah satu fungsi pokok dari suatu usaha. Pemasaran adalah suatu usaha sebuah perusahaan dalam menentukan dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen yang menguntungkan perusahaan tersebut. Pemasaran terbagi menjadi empat unsure yang disebut bauran pemasara, yaitu a. produk, b. harga, c. tempat (distribusi), d. promosi.

### a. Definisi Promosi penjualan dan Manfaatnya

Dirangkum oleh Julian Cummins, *Institute of Sales Promotion*, badan yang menampung para praktisi utama promosi penjualan di Inggris, memberikan definisi<sup>70</sup>:

“Promosi penjualan terdiri dari serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran-sasaran penjualan atau pemasaran dengan penggunaan biaya yang efektif, dan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada para perantara maupun pemakaian langsung, dan biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu.”

Inti dari promosi adalah manfaat. Karena promosi ini sebagai referensi untuk pelanggan dan menjadi alasan seorang pembeli membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Manfaat yang dimiliki setiap produk atau jasa dikelompokkan menjadi tiga. Yaitu<sup>71</sup>:

#### 1) Fungsi

Kelebihan apa yang dimiliki produk atau jasa tersebut. Contohnya adalah mie instan yang hanya membutuhkan waktu tiga menit untuk memasaknya.

---

<sup>70</sup> Julian Cummins, *Promosi Penjualan*, (Tangerang: Binarupa Aksara Publisher, 2010), hlm. 30.

<sup>71</sup>*Ibid.*, hlm. 31.

## 2) Citra

Gaya, nilai peran, dan nilai emosional dari produk atau jasa tersebut. Contohnya adalah mie instan yang cukup efisien dan praktis di konsumsi untuk orang yang sibuk. Karena terbatasnya waktu, maka orang yang sangat sibuk bisa tetap makan tanpa menunggu dengan waktu yang lama.

## 3) Manfaat ekstra

Maksudnya adalah manfaat lain yang bukan dari produk utama dari produk atau jasa tersebut. Dapat dicontohkan dengan mie instan dengan rasa rendang. Menambah komposisi bumbu dan bahan pelengkap seperti sayuran kering dan daging kering di dalamnya.

Pada umumnya, promosi dibagi menjadi lima alat:

- 1) Iklan : Ruang, waktu, atau naskah yang dibeli untuk mempromosikan produk atau jasa.
- 2) Promosi penjualan : insentif dan tawaran yang mendorong orang untuk membeli produk atau jasa.
- 3) Publisitas : berita dan informasi tentang produk atau jasa yang tidak dibayar secara langsung.
- 4) Penjualan secara personal : penyampaian secara pribadi produk atau jasa kepada calon pelanggan.
- 5) Pemasaran langsung: penyampaian kepada calon pelanggan tidak secara pribadi, akan tetapi pelanggan dapat langsung memberikan tanggapan.

## **b. Manajemen Periklanan**

Periklanan adalah bentuk komunikasi berbayar dan termediasi dari sumber yang jelas untuk mempengaruhi penerima supaya melakukan sesuatu saat ini atau masa yang akan datang.

## **c. Tawaran dan Alasan Untuk Memberikan Manfaat Ekstra**

Dasar pemikirannya adalah bahwa sebuah perusahaan seharusnya menghasilkan produk dan jasa yang mempunyai keunggulan dibandingkan dengan yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan pesaingnya. Sebuah perusahaan harus meyakinkan konsumen atau pelangganya melalui iklan yang menarik dan secara besar-besaran atau menyeluruh. Dengan demikian, maka konsumen akan tertarik dengan citra produk unggulan yang mewakili hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen.<sup>72</sup>

Adapun alasan manfaat ekstra menjadi salah satu antara tiga manfaat yang dapat diberikan oleh sebuah perusahaan terhadap konsumennya, karena:

### 1) Terbukti berhasil.

Perusahaan-perusahaan menggunakan promosi penjualan karena memperoleh efektivitasnya.

### 2) Mudah diukur.

Lebih mudah untuk mengukur dampak pengeluaran sejumlah uang tertentu dalam bentuk manfaat ekstra. Kemudahan ini sangat penting disaat anggaran perusahaan terbatas.

---

<sup>72</sup> *Ibid.*, hlm. 34.

3) Dapat diarahkan dengan tepat

Manfaat ekstra dapat dengan mudah ditujukan kepada kelompok-kelompok tertentu dalam social, ekonomi, dan pemakai tertentu. Dengan semakin terpecahnya pasar dan canggihnya data computer, maka manfaat ekstra menjadi semakin penting.

4) Sesuai dengan pemasaran untuk segmen khusus

Semakin banyak perusahaan yang mementingkan produk dan jasa yang sesuai untuk segmen pasar khusus. Dengan volume yang terbatas ini, besarnya pengeluaran yang dibutuhkan untuk pemasaran fungsi dan citra menjadi sangat tidak sepadan. Tawaran dengan manfaat ekstra dapat lebih efektif menghemat biaya promosi.<sup>73</sup>

5) Dapat segera dilaksanakan

Keuntungan suatu merek atau perusahaan sangatlah tidak stabil didalam pasar. Promosi penjualan disusun, dilaksanakan, dan member dampak yang jauh lebih cepat dibandingkan dengan bentuk promosi lainnya. hal ini berguna untuk meningkatkan keuntungan dalam jangka pendek.

6) Menimbulkan minat

Promosi penjualan membawa sesuatu yang baru yang disukai oleh konsumen. Yang lebih penting adalah mendorong konsumen untuk menanggapi. Karena perubahan yang terjadi di masyarakat semakin menunjang faktor-faktor

---

<sup>73</sup> *Ibid.*, hlm. 39.

tersebut. Saat ini, banyak perusahaan menawarkan manfaat ekstra, karena merupakan salah satu antara ketiga manfaat yang akan membantu dalam mendapatkan dan mempertahankan konsumen atau pelanggan.

#### **d. Strategi Pendekatan Promosi**

Keberhasilan sebuah usaha merupakan suatu kombinasi antara jangka pendek ataupun jangka panjang. Sesuatu perusahaan, akan sukses di dalam waktu yang sedikit lama, akan tetapi tidak bisa melupakan apa yang harus dilakukan saat ini.<sup>74</sup>

Agar promosi dapat tertangkap oleh objek atau masyarakat, maka ada strategi pendekatan yang harus dilakukan dengan baik. Strategi di dalam promosi dibagi menjadi dua, yaitu strategi pendekatan secara taktis dan juga strategi pendekatan secara strategis.

##### **1) Pendekatan Taktis**

Promosi penjualan, sering kali dilihat sebagai senjata taktis jangka pendek yang dapat digunakan dalam suatu dunia usaha. Promosi penjualan sama halnya dengan promosi langsung yang mempunyai kelebihan dalam hal pencapaian hasil dalam waktu singkat, kegiatan dapat disusun dan dilaksanakan dalam beberapa hari saja, dan hasilnya dapat dilihat dalam waktu dekat. Pendekatan taktis terhadap promosi penjualan sama artinya dengan menyiapkan beberapa konsep promosi sebagai persediaan yang dapat dimanfaatkan apabila diperlukan.

---

<sup>74</sup> *Ibid.*, hlm. 40.

Pendekatan taktis terhadap promosi penjualan berarti menyiapkan beberapa konsep promosi sebagai persediaan yang dapat dimanfaatkan apabila diperlukan. Penggunaan promosi sebagai senjata taktis, memungkinkan sebuah perusahaan menghadapi tekanan-tekanan yang muncul sewaktu-waktu. Suatu masalah perusahaan harus ada jawabannya. Jawaban-jawaban untuk mengatasi masalah-masalah ini ada dalam bentuk sebuah promosi.<sup>75</sup>

## **G. Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai sesuatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekkannya. Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan peneliti adalah Preferensi Wakif dalam Memilih Wakaf Uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

### **1. Hubungan Religiusitas Terhadap Keputusan Wakif dalam Memilih Wakaf Uang**

Agama dalam kehidupan individu seseorang berfungsi sebagai sistem nilai yang memuat norma-norma tertentu. Secara umum, norma-norma tersebut menjadi acuan dalam bersikap dan bertingkah laku agar sejalan dengan agama yang dianutnya. Agama juga sebagai pemberi harapan. Seseorang yang melaksanakan perintah agama, umumnya karena adanya suatu harapan baik itu berupa pahala, atau pengampunan dari Tuhan Yang Maha Esa. Nilai ini dapat mendorong seseorang untuk bersikap jujur, menepati janji, menjaga amanat, dan

---

<sup>75</sup> *Ibid.*, hlm. 41.

lain sebagainya. Sikap-sikap ini akan terasa lebih mendalam jika bersumber dari keyakinan terhadap agama

Dalam Islam, ada beberapa bentuk perikatan untuk memindahkan hak milik dari seseorang kepada orang lain, baik pemindahan hak milik yang bersifat sementara maupun selamanya, seperti jual-beli, waris, wasiat, shadaqah, hadiah, hibah, wakaf dan lain-lain. Pemindahan hak milik dari seseorang kepada orang lain itu dilakukan dengan maksud-maksud tertentu. Adakalanya untuk maksud mendapatkan imbalan yang bersifat materi, dan ada kalanya dengan maksud untuk mendapatkan imbalan yang tidak bersifat materi. Berwakaf adalah suatu ibadah yang setara dengan infak, shadaqah, hibah, dan lain sebagainya yang maksudnya adalah mencari ridho Allah SWT dan keberkahan harta yang dimiliki oleh seseorang.

Adapun hipotesis dari religiusitas adalah H1 yaitu: religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

## **2. Hubungan Kepercayaan Terhadap Keputusan Wakif dalam Memilih Wakaf Uang**

Transparansi dan akuntabilitas sudah merupakan kebutuhan mendesak yang sudah tidak bisa ditawar kembali. Keterbukaan dan pengungkapan merupakan masalah yang disorot oleh public. Pada saat ini, masyarakat memerlukan keterbukaan informasi lembaga keuangan baik profit maupun non profit. Menurut *Organization for Economic Co-operation and Development*



(OECD) harus memastikan bahwa pengungkapan yang tepat waktu dan akurat dilakukan terhadap semua hal material yang berkaitan dengan perusahaan, mencakup kondisi keuangan, kinerja, kepemilikan, dan tata kelola perusahaan.<sup>76</sup>

Pengungkapan informasi sebuah perusahaan perlu dilakukan secara seimbang. Maksud seimbang adalah informasi yang disampaikan jangan hanya informasi positif saja, akan tetapi informasi yang bersifat negatif. Hal ini untuk menghindari informasi yang salah serta informasi penting yang disembunyikan oleh perusahaan yang berakibat merugikan pihak lain.

Oleh karena itu, kejujuran, transparansi, dan keterbukaan informasi penting untuk membangun kepercayaan wakif dalam berwakaf. Karena dengan adanya kepercayaan, maka suatu lembaga akan tetap terjaga reputasinya.

Adapun hipotesis dari kepercayaan adalah H2 yaitu: kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

### **3. Hubungan Pelayanan Terhadap Keputusan Wakif dalam Memilih Wakaf Uang**

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan didalam sebuah perusahaan, maupun di luar perusahaan. Bentuk pelayanan prima

---

<sup>76</sup> Muhammad arif Efendi, *The Power of good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2009), hlm 103.

ini tidak terlepas dari tiga komponen penting, yaitu adanya *attitude*, *skill*, dan *knowledge*.

Tujuan dari pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan pelayanan fokus kepada pelanggan. Pelayanan prima ini akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat atau bisnis kepada pelanggan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas produk dan layanan, untuk kepuasan konsumen terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan konsumen terhadap pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan. Pelanggan selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Adapun hipotesis dari pelayanan adalah H3 yaitu: pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

#### **4. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Wakif dalam Memilih Wakaf Uang**

Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran. Pemasaran adalah salah satu fungsi pokok dari suatu usaha. Pemasaran adalah suatu usaha sebuah perusahaan dalam menentukan dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen yang menguntungkan perusahaan tersebut. Pemasaran terbagi menjadi empat

unsure yang disebut bauran pemasara, yaitu a. produk, b. harga, c. tempat (distribusi), d. promosi.

Inti dari promosi adalah manfaat. Karena promosi ini sebagai referensi untuk pelanggan dan menjadi alasan seorang pembeli membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan.

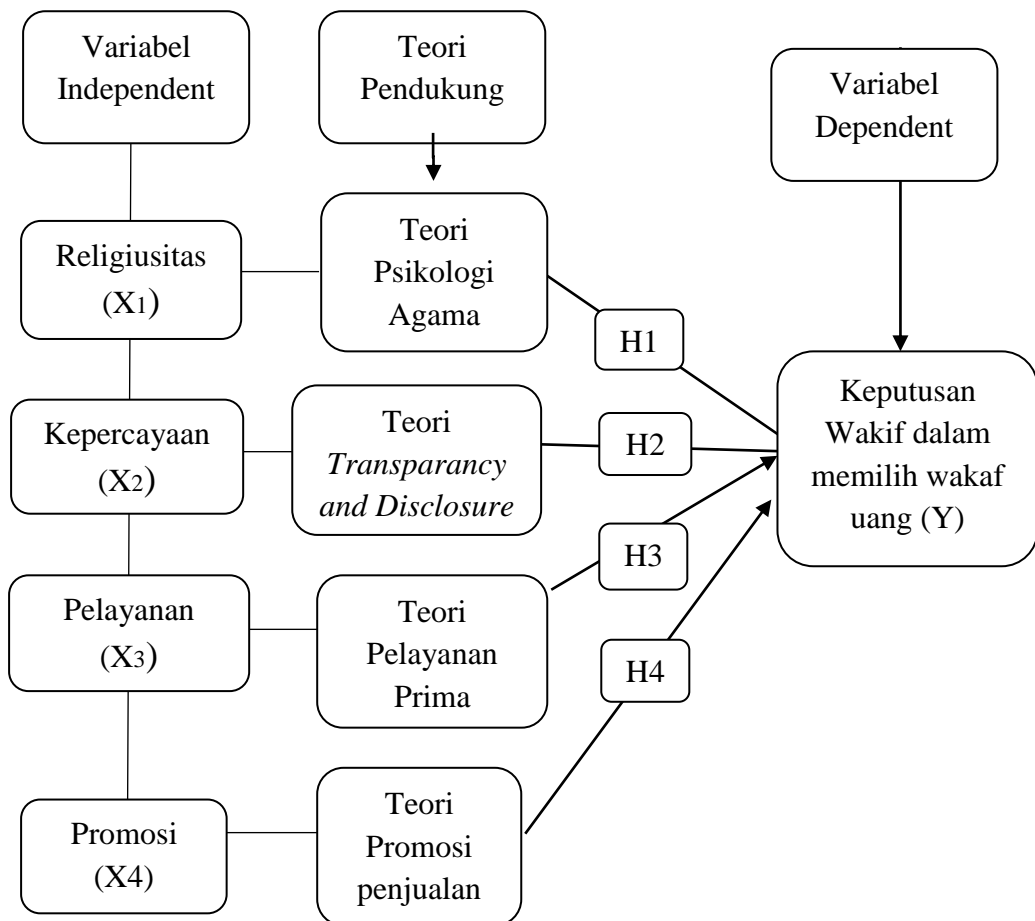
Dasar pemikirannya adalah bahwa sebuah perusahaan seharusnya menghasilkan produk dan jasa yang mempunyai keunggulan dibandingkan dengan yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan pesaingnya. Sebuah perusahaan harus meyakinkan konsumen atau pelangganya melalui iklan yang menarik dan secara besar-besaran atau menyeluruh. Dengan demikian, maka konsumen akan tertarik dengan citra produk unggulan yang mewakili hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen.

Adapun hipotesis dari promosi adalah H4 yaitu: promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

Kerangka pemikiran penelitian ini dapat dijelaskan dengan skema di bawah ini:

**Gambar 1.1**

**Kerangka Pemikiran**



## **H. Metode Penelitian**

### **1. Lingkup dan Wilayah Penelitian**

Ruang lingkup wilayah penelitian ini di wilayah Kota Yogyakarta. Adapun alasan pemilihan wilayah Kota Yogyakarta sebagai objek penelitian, karena daerah ini merupakan daerah strategis dan berkembang di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Masyarakat muslim di daerah kota Yogyakarta adalah tipe masyarakat heterogen. Ada masyarakat penduduk asli dari Yogyakarta maupun dari luar daerah, modern dan tradisional, kejawen, moderat, dan militan dan berbagai karakter-karakter heterogen lainnya.

### **2. Populasi dan Pemilihan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang ditetapkan untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan oleh peneliti.<sup>77</sup> Populasi juga disebut sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian.<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> Anton Bawono, *Multivariate Analysis Dengan SPSS*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006), hlm. 28.

<sup>78</sup> Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 190

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh wakif yang berwakaf uang di nadzir Badan Wakaf Indonesia wilayah Kota Yogyakarta. Ada lima nadzir penghimpun wakaf uang di Wilayah Kota Yogyakarta. Di antara lima nadzir ini, dua di antaranya telah terdaftar di Badan Wakaf Indonesia akan dan tiga lainnya masih dalam proses pendaftaran. Nadzir yang telah terdaftar di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta adalah KJKS BMT Beringharjo dan KSP BMT Al ikhlas. Sedangkan yang masih dalam proses pendaftaran adalah Badan Wakaf Uang Tunai Majelis Ulama Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta (BWUT MUI DIY), Dewan Masjid Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta (DMI DIY), dan KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri. Di antara lima nadzir ini, hanya dua yang merespon penelitian ini. Yaitu DMI DIY dan KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri. Alasan penolakan penelitian dikarenakan adanya perbaikan sistem internal di masing-masing nadzir.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel dengan jenis *purposive random sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dalam hal ini peneliti menentukan batas-batas subjek yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Adapun batas-batas tersebut sebagai berikut:

- a. Responden yang berwakaf lebih dari Rp 500.000
- b. Responden yang memiliki Sertifikat Wakaf Uang (SWU)

### **3. Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif untuk melihat pengaruh preferensi wakif dalam memilih produk wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian

yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik angka. Penelitian ini menggambarkan data melalui angka-angka. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.<sup>79</sup>

Sifat Penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dari sifat populasi atau daerah tertentu. Dengan demikian metode penelitian deskriptif ini digunakan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu, dalam bidang tertentu secara aktual dan cermat. Metode deskriptif bukan saja menjabarkan (analitis), akan tetapi juga memadukan. Bukan saja melakukan klasifikasi, tetapi juga organisasi. Metode ini menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang menjadikan data lapangan sebagai acuan utamanya.

#### **4. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

##### **a. Data Primer**

Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data secara langsung pada subyek sebagai sumber informasi utama yang dicari. Jadi, dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah berbasis penelitian lapangan di Badan

---

<sup>79</sup> Hendryadi Suryani, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 109

Wakaf Indonesia wilayah Kota Yogyakarta dan data wakif dari wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta yang dipilih secara acak.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak lain, tidak diperoleh langsung oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Seperti data dari kepustakaan, buku-buku, artikel, jurnal, internet, dokumen dan lain sebagainya yang berhubungan dengan materi penulisan ini.

### **5. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini ada empat variabel independen, lima variabel karakteristik, dan satu variabel dependen penelitian, yaitu:

#### **a. Variabel Religiusitas**

Religiusitas sebagai variabel independen personal wakif berhubungan dengan keragaman aktivitas dalam kesehariannya yang meliputi dimensi ibadah dan dimensi akidah serta akhlak. Nilai religiusitas ini diukur dengan skala *likert*. Yaitu skala dengan lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju bernilai 1 hingga sangat setuju bernilai 5 yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atas suatu kejadian atau pernyataan yang diberikan dalam instrumen atau kuesioner.

#### **b. Variabel Kepercayaan**

Kepercayaan adalah variabel independen kontrol yang meliputi indikator-indikator akuntabilitas, transparansi, profesionalisme yang dilakukan oleh nadzir badan wakaf. Dengan kata lain, apakah indikator-indikator tersebut mempengaruhi kecenderungan wakif dalam memilih produk wakaf uang pada badan wakaf. Nilai kepercayaan ini diukur dengan skala likert. Yaitu skala dengan



lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju bernilai 1 hingga sangat setuju bernilai 5 yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atas suatu kejadian atau pernyataan yang diberikan dalam instrumen atau kuesioner.

c. Variabel Pelayanan

Pelayanan adalah variabel independen kontrol berupa pemberian layanan baik yang meliputi indikator-indikator berdasarkan konsep sikap (*attitude*), penampilan, perhatian, dan perbaikan mutu oleh karyawan atau nadzir Badan Wakaf. Nilai pelayanan ini diukur dengan skala likert. Yaitu skala dengan lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju bernilai 1 hingga sangat setuju bernilai 5 yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atas suatu kejadian atau pernyataan yang diberikan dalam instrumen atau kuesioner.

d. Variabel Promosi

Promosi sebagai variabel independen teknik untuk mencapai sasaran pemasaran atau menggunakan teknik strategis dalam pemasaran. Promosi ini meliputi indikator-indikator seberapa luas wakaf uang di badan wakaf ini diketahui oleh masyarakat. Apakah produk wakaf uang di badan wakaf ini sudah dikenal secara merata di masyarakat atau karena adanya sosialisasi badan wakaf kepada masyarakat. Pengukurannya dengan skala likert. Yaitu skala dengan lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju bernilai 1 hingga sangat setuju bernilai 5 yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atas suatu kejadian atau pernyataan yang diberikan dalam instrumen atau kuesioner.

e. Jenis Kelamin

Jenis kelamin yang dimaksud adalah jenis kelamin wakif. Jenis kelamin ini adalah variabel karakteristik yang diukur dengan skala nominal dan merupakan *dummy variable*. Pengukurannya untuk laki-laki = 1 dan perempuan = 2.

f. Umur

Yaitu umur wakif saat ini. Cara pengukurannya dengan menggunakan skala ordinal. Skala ordinal merupakan skala yang membedakan kategori berdasarkan tingkat atau urutan. Dalam hal ini, cara pengukuran tingkat pendidikan dilihat dari seorang wakif dalam proses pendidikan formal. Rincian penghitungannya adalah SMP = 1, SMA = 2, Diploma = 3, S1 = 4, S2 = 5

g. Tingkat Pendidikan

Yaitu lama wakif dalam menempuh jenjang studi formal yang diakui pemerintah. Cara pengukurannya dengan menggunakan skala ordinal. Skala ordinal merupakan skala yang membedakan kategori berdasarkan tingkat atau urutan. Dalam hal ini, cara pengukuran tingkat pendidikan dilihat dari seorang wakif dalam proses pendidikan formal. Rincian penghitungannya adalah SMP = 1, SMA = 2, Diploma = 3, S1 = 4, S2 = 5, S3 = 6.

h. Pekerjaan

Pekerjaan yang ditekuni oleh wakif. Dalam hal ini, skala yang digunakan untuk mengukur pekerjaan adalah skala ordinal. Skala ordinal merupakan skala yang membedakan kategori berdasarkan tingkat atau urutan. Klasifikasi

nominalnya adalah Ibu Rumah Tangga = 1, Karyawan = 2, Guru = 3, Perawat = 4, PNS = 5, Wiraswasta = 6, Pensiun = 7.

i. Penghasilan

Penghasilan yang menjadi pendapatan bulanan wakif. Dalam hal ini, skala yang digunakan untuk mengukur pekerjaan adalah skala ordinal. Skala ordinal merupakan skala yang membedakan kategori berdasarkan tingkat atau urutan. Klasifikasi nominalnya adalah antara Rp 500.000,00-Rp 1.500.000,00 = 1, antara Rp 1.600.000,00-Rp 2.500.000,00 = 2, antara Rp 2.600.000,00-Rp 3.500.000,00 = 3, antara Rp 3.600.000,00-Rp 4.500.000,00 = 4, lebih dari Rp 4.500.000,00 = 5.

j. Presepsi wakaf uang

Presepsi wakaf uang adalah variabel kecenderungan pilihan produk wakaf uang di badan wakaf. Presepsi ini mencakup indikator-indikator sejauh mana pemahaman wakif terhadap wakaf uang. Pengukurannya dengan skala likert. Yaitu skala dengan lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju bernilai 1 hingga sangat setuju bernilai 5 yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atas suatu kejadian atau pernyataan yang diberikan dalam instrumen atau kuesioner.

## **6. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Maka agar mempermudah teknik pengumpulan data tersebut maka diperlukan beberapa macam teknik

pengumpulan data, yakni : Dalam mengumpulkan data diperlukan berbagai perangkat untuk mendapatkan data tersebut antara lain :

**a. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh pewawancara kepada responden guna menggali informasi atau data yang diinginkan untuk kebutuhan penelitian.<sup>80</sup> Metode wawancara pada penelitian ini adalah wawancara terstruktur yang ditujukan kepada nadzir tentang wakaf tunai dan praktik yang terjadi di lapangan. Diharapkan dapat menggali informasi yang lebih dalam dari responden sehingga diperoleh jawaban yang lebih khusus dan tepat.

**b. Kuesioner**

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal yang diketahuinya.<sup>81</sup> Metode ini ditujukan kepada wakif uang di nadzir yang telah ditunjuk oleh Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta untuk mendapatkan data tentang pengaruh preferensi wakif dalam memilih wakaf uang. Wakif sebagai objek penelitian diberikan angket yang berupa kuisisioner dan terdiri dari 10 pernyataan disetiap variabel dengan memberikan nilai atau jawaban berupa tanda centang.

---

<sup>80</sup> Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hlm. 83

<sup>81</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka, 2000), hlm. 89

Dari 50 angket yang disebar di Wilayah Yogyakarta, 47 di antaranya dikembalikan dalam bentuk terisi jawaban. Dari 47 angket penelitian semua memenuhi syarat untuk dianalisis sebagai data penelitian.

Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

### **c. Observasi**

Observasi adalah instrumen pengumpulan data dengan mengamati objek yang diteliti, yang didukung oleh pengumpulan dan pencatatan data secara sistematis.<sup>82</sup> Observasi biasa disebut dengan pengamatan tanpa mengajukan pertanyaan. Subjek dapat diamati dengan lingkungan kerja sehari-hari.<sup>83</sup> Metode observasi merupakan salah satu alat pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan pada Yayasan Badan Wakaf Uang Tunai MUI Yogyakarta untuk mendapatkan berbagai data.

## **7. Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **a. Uji Validitas**

Validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan ukuran suatu variabel terhadap konsep yang diteliti. Suatu variabel tepat untuk ukuran yang digunakan suatu konsep apabila memiliki nilai validitas yang tinggi.<sup>84</sup> Uji validitas menjawab pertanyaan apakah informasi yang telah disusun benar-benar

---

<sup>82</sup> S. Nasution, *Metodologi Research Penelitian dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 121.

<sup>83</sup> *Ibid.*, hlm. 101

<sup>84</sup> *Ibid.*, hlm. 108

akurat, sehingga mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (konsep kunci yang sedang di teliti). pengukuran dapat dikatakan valid apabila dapat melakukan pengukuran dengan benar.

Suatu instrumen dikatakan valid dengan mengkonsultasikan atau dengan melihat jumlah r observasi yang diperoleh dengan tabel nilai r product moment berdasarkan taraf signifikansi sebesar 5%. Jika hasil r observasi < r tabel, maka statusnya dikatakan tidak valid. Namun sebaliknya, jika r observasi > r tabel, maka statusnya dikatakan valid. Berikut hasil uji validitas dari penelitian ini:

**Tabel 1.2**

**Uji Validitas 47 Responden**

Variabel	Indikator	Total Pearson Correlation	r Kritis	Ket
(X1)	X <sub>1-1</sub>	0.341	0.2876	Valid
	X <sub>1-2</sub>	0.362	0.2876	Valid
	X <sub>1-3</sub>	0.341	0.2876	Valid
	X <sub>1-4</sub>	0.498	0.2876	Valid
	X <sub>1-5</sub>	0.478	0.2876	Valid
	X <sub>1-6</sub>	0.579	0.2876	Valid
	X <sub>1-7</sub>	0.591	0.2876	Valid
	X <sub>1-8</sub>	0.358	0.2876	Valid
	X <sub>1-9</sub>	0.665	0.2876	Valid
	X <sub>1-10</sub>	0.626	0.2876	Valid
(X2)	X <sub>2-1</sub>	0.474	0.2876	Valid
	X <sub>2-2</sub>	0.435	0.2876	Valid
	X <sub>2-3</sub>	0.596	0.2876	Valid
	X <sub>2-4</sub>	0.352	0.2876	Valid
	X <sub>2-5</sub>	0.634	0.2876	Valid
	X <sub>2-6</sub>	0.478	0.2876	Valid
	X <sub>2-7</sub>	0.350	0.2876	Valid
	X <sub>2-8</sub>	0.506	0.2876	Valid
	X <sub>2-9</sub>	0.370	0.2876	Valid
	X <sub>2-10</sub>	0.516	0.2876	Valid

(X3)	X <sub>3-1</sub>	0.366	0.2876	Valid
	X <sub>3-2</sub>	0.465	0.2876	Valid
	X <sub>3-3</sub>	0.385	0.2876	Valid
	X <sub>3-4</sub>	0.513	0.2876	Valid
	X <sub>3-5</sub>	0.449	0.2876	Valid
	X <sub>3-6</sub>	0.366	0.2876	Valid
	X <sub>3-7</sub>	0.435	0.2876	Valid
	X <sub>3-8</sub>	0.513	0.2876	Valid
	X <sub>3-9</sub>	0.449	0.2876	Valid
	X <sub>3-10</sub>	0.616	0.2876	Valid
(X4)	X <sub>4-1</sub>	0.462	0.2876	Valid
	X <sub>4-2</sub>	0.485	0.2876	Valid
	X <sub>4-3</sub>	0.489	0.2876	Valid
	X <sub>4-4</sub>	0.352	0.2876	Valid
	X <sub>4-5</sub>	0.492	0.2876	Valid
	X <sub>4-6</sub>	0.440	0.2876	Valid
	X <sub>4-7</sub>	0.583	0.2876	Valid
	X <sub>4-8</sub>	0.400	0.2876	Valid
	X <sub>4-9</sub>	0.365	0.2876	Valid
	X <sub>4-10</sub>	0.516	0.2876	Valid
(Y)	Y <sub>-1</sub>	0.315	0.2876	Valid
	Y <sub>-2</sub>	0.310	0.2876	Valid
	Y <sub>-3</sub>	0.462	0.2876	Valid
	Y <sub>-4</sub>	0.485	0.2876	Valid
	Y <sub>-5</sub>	0.310	0.2876	Valid
	Y <sub>-6</sub>	0.478	0.2876	Valid
	Y <sub>-7</sub>	0.579	0.2876	Valid
	Y <sub>-8</sub>	0.591	0.2876	Valid
	Y <sub>-9</sub>	0.558	0.2876	Valid
	Y <sub>-10</sub>	0.466	0.2876	Valid

Sumber: Hasil Olah data SPSS

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu instrumen yang menunjukkan hasil pengukuran dari suatu variabel yang bebas dari kesalahan pengukuran. Sehingga menjamin suatu pengukuran yang konsisten dan stabil dalam kurun waktu dan berbagai titik poin

dalam sebuah variabel.<sup>85</sup> Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten jika diulang beberapa kali. Meskipun dilakukan dengan orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau sebaliknya. Berikut hasil uji validitas dari penelitian ini:

Cronbach's Alpha	N of Items
,935	50

## 8. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21. Analisis ini memberikan gambaran (deskripsi) tentang suatu data, seperti rata-rata, varians, dan sebagainya.

Setelah data terkumpul dan diolah dengan alat bantu aplikasi SPSS versi 21 maka dapat dilakukan uji pra syarat yang kemudian dilanjutkan dengan analisis data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### a. Uji Regresi

Regresi digunakan dalam mengembangkan suatu persamaan untuk meramalkan suatu variabel dari variabel kedua yang telah diketahui. Manfaat dari garis regresi adalah untuk memperkirakan nilai variabel terkait dari variabel bebas jika variabel bebas tersebut telah diketahui.<sup>86</sup> Untuk mengetahui pengaruh

---

<sup>85</sup> *Ibid.*, hlm. 106.

<sup>86</sup> *Ibid.*, hlm. 264



variabel preferensi wakif terhadap pemilihan wakaf uang digunakan uji regresi sederhana dengan rumusan sebagai berikut:<sup>87</sup>

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

X = variabel independen (nilai-nilai pesantren)

Y = variabel dependen (perilaku pencarian informasi non keagamaan)

a = konstanta atau bila harga X=0

b = koefisien regresi sederhana

Sebagai alat bantu dalam melakukan analisis regresi sederhana ini maka digunakan program SPSS versi 21.

#### **b. Koefisien Determinasi**

Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terkait maka perlu koefisiensi determinannya (*R Square*). Besaran R Square berkisar antara 0 hingga 1. Apabila R Square mendekati 1 maka semakin besar kemampuan menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terkait. Dalam menghitung koefisien determinan menggunakan persamaan berikut:<sup>88</sup>

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

R<sup>2</sup> = koefisiensi korelasi

Sebagai alat bantu dalam menghitung koefisiensi determinan ini digunakan aplikasi SPSS versi 21.

---

<sup>87</sup> *Ibid.*

<sup>88</sup> Yohanes Anton Nugroho, *It's easy olah data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Skripta Media Creative, PT. Insan Madani Group, 2011), hlm. 85.

### c. Uji F dan Uji t

Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan pengujian data secara statistik, tujuannya untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Ada beberapa hal yang perlu diingat dalam uji hipoteses penelitian yaitu prosedur dalam pengujian hipotesis dibuat untuk mengetes (menguji) kredibilitas  $H_0$ .<sup>89</sup> Hal ini berarti bahawa dalam pengujian hipotesis kita akan menguji  $H_0$  (Hipotesis nol), bukan menguji  $H_a$  (Hipotesis alternatif), walaupun hipotesis yang dikembangkan melalui kajian teoritis adalah  $H_a$ . Oleh karena itu, jika  $H_0$  ternyata terbukti kebenarannya, maka kita akan menolak  $H_a$ . Sebaliknya apabila  $H_0$  tidak terbukti kebenarannya maka kita harus menolak  $H_0$ . Adapun teori hipotesis adalah sebagai berikut:<sup>90</sup>

- 1)  $H_0 : \beta_1 = 0$  tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara preferensi wakif dalam memilih wakaf uang.
- 2)  $H_a : \beta_1 \neq 0$  terdapat hubungan positif dan signifikan antara preferensi wakif dalam memilih wakaf uang.

Untuk mengkaji apakah hipotesis yang dilakukan diterima atau ditolak dilakukan uji signifikan yaitu dengan mengkonsultasikan nilai t hitung dengan nilai t table pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) sehingga digunakan taraf signifikansi 5% untuk hipotesis teoritis harus dijadikan sebagai hipotesis kerja, yaitu:<sup>91</sup>

- 1) Jika t hitung  $<$  t table, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

---

<sup>89</sup> Agus Irianto, *Statistik : Konsep Dasar dan Aplikasinya*. cet. ke-1. (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 98.

<sup>90</sup> Yohanes Anton Nugroho, *It's easy olah data dengan SPSS*, ( Yogyakarta: Skripta Media Creative, PT. Insan Madani Group, 2011), hlm. 47.

<sup>91</sup> *Ibid.*, hlm. 98

2) Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  table, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Selain itu digunakan cara dengan membandingkan  $F$  hitung dan  $F$  tabel dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>92</sup>

- a. Jika  $F$  hitung  $\geq$   $F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b. Jika  $F$  hitung  $\leq$   $F$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Dalam penelitian ini digunakan hipotesis asosiatif, adapun hipotesis asosiatif yang digunakan adalah ada hubungan positif dan pengaruh yang signifikan antara preferensi wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI Yogyakarta.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Sistematika Penulisan dalam tesis ini disesuaikan dengan pedoman penulisan karya tulis ilmiah dan tesis Program Studi Magister Hukum Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga. Pada bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman pernyataan bebas plagiasi, halaman pengesahan, halaman persetujuan, nota dinas pembimbing, abstrak, halaman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar lampiran.

Dalam penulisan tesis ini, sub bab yang ditulis terdiri dari lima bab serta dalam setiap sub bab mempunyai poin-poin yang akan memudahkan pembaca, yang diantaranya adalah sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang diawali dengan latar belakang masalah berisi tentang isu-isu dasar penelitian, pokok masalah serta alasan dan

---

<sup>92</sup> Yohanes Anton Nugroho, *It's easy olah data dengan SPSS*, ( Yogyakarta: Skripta Media Creative, PT. Insan Madani Group, 2011), hlm 53-54

kebaruan sehingga layak untuk dikembangkan oleh peneliti. Selanjutnya rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian untuk menjabarkan manfaat dari penelitian yang dilakukan, yakni untuk pihak akademisi dan praktisi di lembaga keuangan non bank dan badan wakaf khususnya.

Selanjutnya, landasan teori yang memuat teori-teori yang melandasi penelitian ini, pengertian preferensi, wakaf uang dan teori variabel lainnya yang menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisis penelitian. Selain itu, bab ini juga menjelaskan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Sehingga melalui landasan teori dari penelitian terdahulu, peneliti menemukan kebaruan yang perlu di bahas terkait preferensi wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

Selanjutnya, metode penelitian yang digunakan, bab ini berisi penjelasan mengenai jenis dan sifat penelitian, populasi, dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional dan metode analisis data.

Yang terakhir dilanjutkan dengan sistematika pembahasan untuk mengetahui secara rinci bab-bab dalam penelitian yang dilakukan.

Bab II merupakan penjelasan mengenai karakteristik wakif berdasarkan variabel-variabel yang sudah ditentukan seperti jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan wakif, sehingga dapat diketahui proporsi wakif dalam golongan apa yang lebih banyak.

Bab III membahas tentang analisis data dan pembahasan, bab ini berisi tentang hasil analisis dari pengelolaan data, baik analisis secara deskriptif

maupun analisis pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Selanjutnya dilakukan pembahasan analisis preferensi wakif dan pengelolaan wakaf uang di Badan wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

Bab IV membahas tentang sistematika pengelolaan wakaf oleh nadzir-nadzir yang telah ditunjuk oleh Badan Wakaf Indonesia sebagai Lembaga Keuangan Syariah Penghimpun Wakaf Uang

Bab V adalah penutup, bab ini memaparkan kesimpulan, keterbatasan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah menguraikan beberapa rumusan masalah dan juga berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Karakteristik wakif di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta berdasarkan sosial dan ekonominya sangat beragam. Berdasarkan jenis kelamin, wakif dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada wakif dengan jenis kelamin perempuan. Usia wakif berkisar antara 20 tahun hingga lebih dari 60 tahun. Dan wakif dengan jumlah terbanyak berada direntang usia 31 hingga 40 tahun. Dari latar belakang pendidikan juga beragam. Yaitu dari jenjang SMP, SMA, Diploma, Strata satu, hingga strata dua. Dan yang paling banyak mendominasi yaitu wakif dengan latar belakang pendidikan hingga strata satu. Profesi wakif mulai dari ibu rumah tangga, karyawan, guru, Pegawai Negeri Sipil (PNS), perawat, wiraswasta, dan pensiun. Berdasarkan hasil olah data, maka paling banyak adalah wakif dengan profesi sebagai karyawan. Penghasilan wakif beraneka ragam, mulai dari Rp 500.000,00 hingga lebih dari Rp 4.500.000 per bulan. Berdasarkan hasil olah data, maka terlihat bahwa penghasilan wakif terbanyak berkisar Rp 2.600.000,00 hingga Rp 3.500.000,00.
2. Faktor- faktor yang berpengaruh terhadap preferensi wakif dalam memilih wakaf uang adalah faktor religiusitas, faktor kepercayaan yang ditimbulkan

oleh nadzir wakaf, faktor pelayanan yang diberikan oleh nadzir badan wakaf terhadap masyarakat, serta faktor promosi yang dilakukan oleh nadzir badan wakaf, baik promosi melalui media informasi, media cetak, maupun secara langsung di lingkungan masyarakat.

3. Berdasarkan dari pengolahan data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel religiusitas, kepercayaan, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan wakif dalam memilih wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.
4. Sistem pengelolaan wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta tidak secara langsung menghimpun dana ataupun mengelola dana wakaf uang tersebut. Akan tetapi, penghimpunan dan penyaluran serta pengelolaan dana wakaf uang ini diserahkan kepada nadzir-nadzir yang sudah di perbolehkan oleh Badan wakaf untuk pengelolaan dana wakaf uang. Di Wilayah Kota Yogyakarta ada lima nadzir yang sudah melakukan tugasnya untuk menghimpun, mengelola serta menyalurkan dana wakaf ini untuk masyarakat. Nadzir wakaf uang ini yaitu, badan Wakaf uang Tunai Majelis Ulama Indonesia, Dewan Masjid Indonesia, KJKS BMT Beringharjo, KSP BMT Al-ikhlas, BMI BMT Bina Ihsanul Fikri.

## **B. Keterbatasan**

Keterbatasan penelitian ini adalah hanya mendapat izin penelitian dari dua nadzir dari lima nadzir yang menjadi sasaran peneliti di Wilayah Kota Yogyakarta. Nadzir-nadzir yang terdapat di Badan Wakaf Indonesia Wilayah

Kota Yogyakarta ada lima yaitu Badan Wakaf Uang Tunai Majelis Ulama Indonesia Yogyakarta, KJKS BMT Beringharjo, KSP BMT Al-Ikhlas, Dewan Masjid Indonesia Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Baitul Maal Indonesia BMT Bina Ihsanul Fikri.

Penelitian ini dilakukan di Dewan Masjid Indonesia Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Baitul Maal Indonesia BMT Bina Ihsanul Fikri. Kendala perizinan yang tidak keluar oleh Badan Wakaf Uang Tunai Majelis Ulama Indonesia Yogyakarta dan KJKS BMT Beringharjo karena adanya sistem perbaikan audit internal pada masing-masing lembaga. Sedangkan kendala perizinan di KSP BMT Al-Ikhlas karena BMT tersebut terindikasi pailit.

### **C. Saran**

1. Saran untuk Badan Wakaf Indonesia untuk mengadakan koordinasi dengan nadzir-nadzir yang telah terdaftar sebagai Lembaga Keuangan Syariah Penghimpun Wakaf Uang (LKS-PWU) dan segera mempercepat proses pendaftaran nadzir-nadzir yang memiliki reputasi yang baik sehingga wakaf uang semakin dapat di sosialisasikan secara luas kepada masyarakat.
2. Meningkatkan sosialisasi dan promosi kepada masyarakat serta transparansi dan informasi tentang wakaf uang agar masyarakat semakin tertarik dan berminat dalam berwakaf. Dan juga agar masyarakat mengetahui bahwa wakaf tidaklah harus menunggu mempunyai sebidang tanah, lahan, dan bangunan, akan tetapi telah lahir inovasi wakaf uang yang dapat dengan mudah dilakukan.



3. Penulis menyarankan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang wakaf uang untuk menambah lingkup ruang penelitian tidak sebatas hanya wilayah Kota Yogyakarta, melainkan hingga ke tingkat Provinsi dan dapat membandingkan dan menganalisis antara faktor-faktor wakaf di nadzir-nadzir lainnya yang telah terdaftar di Badan Wakaf Indonesia lainnya atau dengan menambahkan variabel yang lebih memiliki pengaruh yang kuat terhadap perkembangan wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Al-Qur'an

### B. Al-Hadis/Ilmu Hadis

Muslim bin Hujāj al-Qasyairi an-Naisaburi, *Sahīh Muslim*, Riyad: Dār Ibnu Hisyam, t.t.

### C. Fikih/Usul Fikih/Hukum

Aziz, Abdul, *Manajemen Investasi Syariah*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2010.

Biro Perbankan Syariah, *Peranan Perbankan Syariah dalam Wakaf Tunai*, Makalah Seminar Wakaf Tunai-Inovasi Finansial Islam, UI Jakarta, 10 November 2001

Direktorat pemberdayaan Wakaf, *Strategi Pengembangan Wakaf Tunai di Indonesia*, Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2013.

Faradis, Jauhar, "Analisis Strategi Penghimpunan Wakaf Uang Tunai" Tesis, Program Studi Agama dan Lintas Budaya Minat Ekonomi Islam Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2010.

Hasan, Sudirman, *Wakaf Uang Prespektif Fiqh, Hukum Positif, dan Manajemen*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011).

<http://Muhammadsaprudin.blogspot.co.id/2015/03/makalah-etika-profesi-dalam-bidang.html>.

Al-Kabisi, Muhammad Abid Abdullah, *Hukum Wakaf*, terj. *Ahkam Al-Waqf fi Syariah Islamiyyah*, Jakarta: KMPC, 2003.

Kementerian Agama Republik Indonesia, *Panduan Pengelolaan Wakaf Uang*, Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Wakaf, 2013.

Jalaluddin, *Psikologi Agama*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012.

Mubarok, Jaih, *Wakaf Produktif*, cet. ke-1, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008.

Muslich, *Bisnis Syari'ah, Perspektif Mu'amalah dan Manajemen*, Yogyakarta : STIM YKPN, 2007.

Nizar, Ahmad, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Wakif Tentang Wakaf Uang, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, ESENSI Vol. 4, No 1, April 2014.

Nottingham, Elizabeth K, *Agama dan Masyarakat: Suatu Pengantar Sosiologi Agama*, terj. Abdul Muis Naharong, Jakarta: Rajawali, 1975.

Sa'ad Marthon, Said, *Ekonomi Islam: Di Tengah Krisi Ekonomi Global*, Jakarta: Zikrul, 2008.

As-Shan'ani, *Subūl as-Salām*, Kairo: Dār Qāhirah, t.t.

Soemitra, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, cet. ke-3, Jakarta: Kencana, 2013.

Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, cet. ke-1, Yogyakarta: Ekonesia, 2008.

Asy-Syaukani, Muhammad bin Ali, *Nail al-Autār*, Beirut: Dār Hadits, 1413 H.

[www.bwi.or.id](http://www.bwi.or.id).

#### **D. Peraturan Perundang-undangan**

Undang Undang No.41 Tahun 2004 tentang Wakaf.

#### **E. Kamus**

<http://kbbi..web.id/preferensi>.

Mandzūr, *Lisān al-Arab*, Libanon: Dār al-Kutub al-Ilmiyah, 2009

#### **F. Lain-lain**

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka, 2000.

Atmosudirdjo, Prajudi, *Pengambilan Keputusan*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982.

Bawono, Anton, *Multivariate Analysis Dengan SPSS*, Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006.

Bayne, Rowan, *Membaca Kepribadian Untuk Konselor*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.

Cummins, Julian, *Promosi Penjualan*, Tangerang: Binarupa Aksara Publisher, 2010.

Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media, 2014.

Efendi, Muhammad Arif, *The Power of good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2009.

Illcman, Warren F, dkk, *Filantropi di Berbagai Tradisi Dunia*, terj. Amelia Fauzia dan Dick Van Der Meij, Jakarta: CSRC UIN Jakarta, 2006.

Irianto, Agus, *Statistik : Konsep Dasar dan Aplikasinya*. cet. ke-1. Jakarta: Kencana, 2004.

- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prehalindo, 2000.
- Kotler, Philip, *The Consumer Behavior in Marketing Management*. Published by Simon & Schuster Pte.Ltd, 1999.
- Linley, Alex, *Average to A+. Realising Strengths in Yourself and Others*, Kanada: CAPP Press, Convery, 2008.
- McGuire, Meredith B, *Reliigion:The Social Context*, terj. Jalaluddin, California: Wadworth Inc, 1981.
- Myers, I.P dan Myers P.B, *Gifts Differing*, California: Palo Alto, 1980.
- Nasution, *Metodologi Research Penelitian dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Nugroho, Yohanes Anton, *It's easy olah data dengan SPSS*, Yogyakarta: Skripta Media Creative, PT. Insan Madani Group, 2011.
- Suharso, Puguh, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2009.
- Suryani, Hendrayadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Tim Penyusun Modul, *Modul Praktikum Statistik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2013.
- Wood, Ivonne, *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda*, cet. ke-1, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### A. TABEL-TABEL

**Tabel 1.1**

Perhitunagn Potensi Wakaf Uang

Tingkat Penghasilan per-Bulan	Jumlah Muslim	Tarif Wakaf per-Bulan	Potensi Wakaf	Potensi Wakaf Uang per-Tahun
Rp 500.000,00	4 Juta Orang	Rp 5.000,00	Rp 20 Milyar	Rp 240 Milyar
Rp 1 - 2 Juta	3 Juta Orang	Rp 10.000,00	Rp 30 Milyar	Rp 360 Milyar
Rp 2 – 5 Juta	2 Juta Orang	Rp 50.000,00	Rp 100 Milyar	Rp 1,2 Trilyun
Rp 5 – 10 Juta	1 Juta Orang	Rp 100.000,00	Rp 100 Milyar	Rp 1,2 Trilyun
Total				Rp 3 Trilyun

**Tabel 1.2**

**Uji Validitas 47 Responden**

Variabel	Indikator	Total Pearson Correlation	r Kritis	Ket
(X1)	X <sub>1-1</sub>	0.341	0.2876	Valid
	X <sub>1-2</sub>	0.362	0.2876	Valid
	X <sub>1-3</sub>	0.341	0.2876	Valid
	X <sub>1-4</sub>	0.498	0.2876	Valid
	X <sub>1-5</sub>	0.478	0.2876	Valid
	X <sub>1-6</sub>	0.579	0.2876	Valid
	X <sub>1-7</sub>	0.591	0.2876	Valid
	X <sub>1-8</sub>	0.358	0.2876	Valid
	X <sub>1-9</sub>	0.665	0.2876	Valid

	X1-10	0.626	0.2876	Valid
(X2)	X <sub>2-1</sub>	0.474	0.2876	Valid
	X <sub>2-2</sub>	0.435	0.2876	Valid
	X <sub>2-3</sub>	0.596	0.2876	Valid
	X <sub>2-4</sub>	0.352	0.2876	Valid
	X <sub>2-5</sub>	0.634	0.2876	Valid
	X <sub>2-6</sub>	0.478	0.2876	Valid
	X <sub>2-7</sub>	0.350	0.2876	Valid
	X <sub>2-8</sub>	0.506	0.2876	Valid
	X <sub>2-9</sub>	0.370	0.2876	Valid
	X <sub>2-10</sub>	0.516	0.2876	Valid
(X3)	X <sub>3-1</sub>	0.366	0.2876	Valid
	X <sub>3-2</sub>	0.465	0.2876	Valid
	X <sub>3-3</sub>	0.385	0.2876	Valid
	X <sub>3-4</sub>	0.513	0.2876	Valid
	X <sub>3-5</sub>	0.449	0.2876	Valid
	X <sub>3-6</sub>	0.366	0.2876	Valid
	X <sub>3-7</sub>	0.435	0.2876	Valid
	X <sub>3-8</sub>	0.513	0.2876	Valid
	X <sub>3-9</sub>	0.449	0.2876	Valid
	X <sub>3-10</sub>	0.616	0.2876	Valid
(X4)	X <sub>4-1</sub>	0.462	0.2876	Valid
	X <sub>4-2</sub>	0.485	0.2876	Valid
	X <sub>4-3</sub>	0.489	0.2876	Valid
	X <sub>4-4</sub>	0.352	0.2876	Valid
	X <sub>4-5</sub>	0.492	0.2876	Valid
	X <sub>4-6</sub>	0.440	0.2876	Valid
	X <sub>4-7</sub>	0.583	0.2876	Valid
	X <sub>4-8</sub>	0.400	0.2876	Valid
	X <sub>4-9</sub>	0.365	0.2876	Valid
	X <sub>4-10</sub>	0.516	0.2876	Valid
(Y)	Y <sub>-1</sub>	0.315	0.2876	Valid
	Y <sub>-2</sub>	0.310	0.2876	Valid
	Y <sub>-3</sub>	0.462	0.2876	Valid
	Y <sub>-4</sub>	0.485	0.2876	Valid
	Y <sub>-5</sub>	0.310	0.2876	Valid
	Y <sub>-6</sub>	0.478	0.2876	Valid
	Y <sub>-7</sub>	0.579	0.2876	Valid
	Y <sub>-8</sub>	0.591	0.2876	Valid

	Y-9	0.558	0.2876	Valid
	Y-10	0.466	0.2876	Valid

Sumber: Hasil Olah data SPSS

**Tabel 2.1**

**Karakteristik Wakif Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	29	61.7	61.7	61.7
	Perempuan	18	38.3	38.3	100.0
	Total	47	100.0	100.0	

**Tabel 2.2**

**Karakteristik Wakif Berdasarkan Umur**

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	10	21.3	21.3	21.3
	31-40	17	36.2	36.2	57.4
	41-50	6	12.8	12.8	70.2
	51-60	12	25.5	25.5	95.7
	>60	2	4.3	4.3	100.0
	Total	47	100.0	100.0	

Tabel 2.3

## Karakteristik Wakif Berdasarkan Tingkat Pendidikan

		Tingkat Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	1	2.1	2.1	2.1
	SMA	14	29.8	29.8	31.9
	Diploma	4	8.5	8.5	40.4
	S1	25	53.2	53.2	93.6
	S2	3	6.4	6.4	100.0
	Total	47	100.0	100.0	

Tabel 2.4

## Karakteristik Wakif Berdasarkan Profesi

		Profesi Wakif			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ibu Rumah Tangga	1	2.1	2.1	2.1
	Karyawan	19	40.4	40.4	42.6
	Guru	6	12.8	12.8	55.3
	Perawat	2	4.3	4.3	59.6
	PNS	6	12.8	12.8	72.3
	Wiraswasta	10	21.3	21.3	93.6
	Pensiun	3	6.4	6.4	100.0
	Total	47	100.0	100.0	



Tabel 2.5

**Karakteristik Wakif Berdasarkan Penghasilan Wakif**

Penghasilan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	500.000-1.500.000	12	25.5	25.5
	1.600.000-2.500.000	12	25.5	51.1
	2.600.000-3.500.000	15	31.9	83.0
	3.600.000-4.500.000	3	6.4	89.4
	> 4.500.000	5	10.6	100.0
	Total	47	100.0	100.0

Tabel 3.1

**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

(Jumlah Sampel, *Minimum*, *Maximum*, *Mean* dan *Standar Deviasi*)

	Religiusitas (X1)	Kepercayaan n (X2)	Pelayana n (X3)	Promosi i (X4)	Keputusan Wakif (Y)
Mean	45,69	44,97	45,87	43,70	46,27
Minimum	38	38	39	35	40
Maximum	50	48	50	49	50
Standar Deviasi	3,402	3,365	3,436	4,338	2,954
Observations	47	47	47	47	47

Sumber: Data diolah (2017)

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,935	50

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

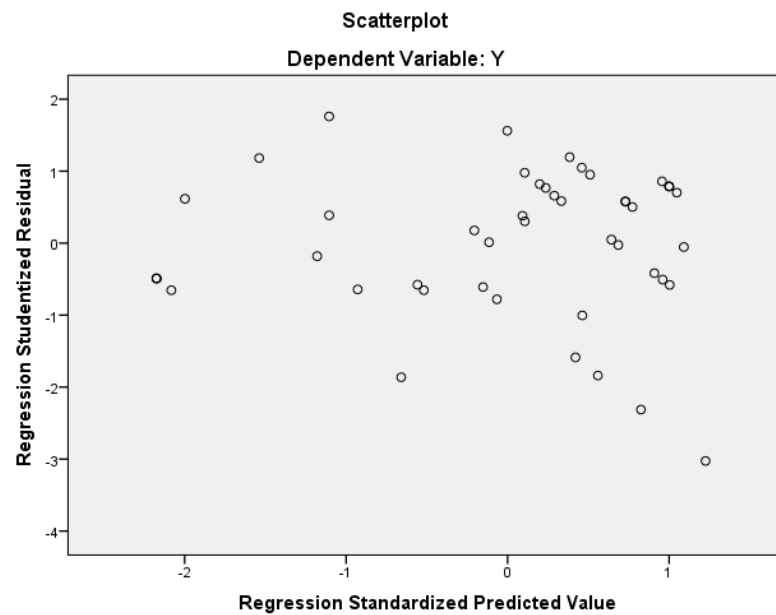
		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,82558002
	Absolute	,166
Most Extreme Differences	Positive	,087
	Negative	-,166
Kolmogorov-Smirnov Z		1,141
Asymp. Sig. (2-tailed)		,148

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 3.5

## Hasil Uji Heteroskedastisitas



Tabel 3.6

## Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7,773	2,644		2,939	,005		
X1	,199	,076	,229	2,625	,012	,390	2,566
X2	,249	,093	,284	2,687	,010	,266	3,756
X3	,219	,084	,255	2,612	,012	,311	3,216
X4	,186	,080	,274	2,339	,024	,217	4,613

a. Dependent Variable: Y

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,936 <sup>a</sup>	,875	,863	1,09214

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

**Tabel 3.9**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	351,308	4	87,827	73,632	,000 <sup>b</sup>
Residual	50,097	42	1,193		
Total	401,404	46			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

**Table 3.10**  
**Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,773	2,644		2,939	,005
1 X1	,199	,076	,229	2,625	,012
X2	,249	,093	,284	2,687	,010
X3	,219	,084	,255	2,612	,012
X4	,186	,080	,274	2,339	,024

## B. TERJEMAH AL-QURAN DAN HADIS

<b>BAB</b>	<b>Footnote</b>	<b>Halaman</b>	<b>Terjemahan</b>
I	35	24	Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan seahagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan maka sesungguhnya Allah mengetahuinya (QS. Ali Imran: 92)
I	36	24	Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui (QS. Al-Baqarah: 261)
I	46	30	Hatinya tidak mendustakan apa yang telah dilihatnya (qs. An-Najm: 11).
I	55	35	Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar (QS. At-Taubah: 119)

<b>BAB</b>	<b>Footnote</b>	<b>Halaman</b>	<b>Terjemahan</b>
I	28	21	Dan diriwayatkan dari Umar bin Syabah, dari Umar bin Sa'ad bin Muad berkata : “Kami bertanya tentang awal mula wakaf dalam Islam? Menurut orang-orang Muhajirin adalah wakafnya Umar, sedang menurut orang Anshar adalah wakafnya Nabi Muhammad SAW.” (Asy-Syaukani: 129).
I	29	21	Dari Ibnu Umar ra. berkata : “Bahwa sahabat Umar ra. meperoleh sebidang tanah di Khaibar, kemudian Umar ra. menghadap Rasulullah SAW untuk meminta petunjuk. Umar berkata: “Hai Rasulullah SAW, saya mendapat sebidang tanah di Khaibar, saya belum mendapatkan harta sebaik itu, maka apakah yang engkau perintahkan kepadaku?” Rasulullah SAW. bersabda: “Bila engkau suka, kau tahan (pokoknya) tanah itu, dan engkau sadekahkan (hasilnya). “Kemudian Umar menyedekahkan (tanahnya untuk dikelola), tidak dijual, tidak dihibahkan dan tidak diwariskan. Ibnu Umar berkata: “Umar menyedekahkannya (hasil pengelolaan tanah) kepada orang-orang fakir, kaum kerabat, hamba sahaya, sabilillah, ibnu sabil dan tamu. Dan tidak dilarang bagi yang mengelola (nazhir) wakaf makan dari hasilnya dengan cara yang baik (sepantasnya) atau memberi makan orang lain dengan tidak bermaksud menumpuk harta” (HR. Muslim).
I	37	25	Dari Abu Hurairah ra., sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda: “Apabila anak Adam (manusia) meninggal dunia, maka putuslah amalannya, kecuali tiga perkara : shadaqah jariyah, ilmu yang bermanfaat dan anak sholeh yang mendoakan orang tuanya”. (HR. Muslim)

## Surat Pengantar Kuesioner

**Kepada Yth: Bapak/Ibu Wakif  
Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta  
Di Tempat**

*Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan karunia Islam dan Iman kepada kita semua. Semoga Bapak/Ibu senantiasa bersyukur atas segala karuniaNya dan beristiqamah dalam beribadah kepadaNya. Amin.

Dengan hormat, saya sampaikan kepada Bapak/Ibu, bahwa dalam rangka penyusunan tugas akhir (tesis) dalam bidang Ekonomi dan Perbankan Islam Program Magister (S2) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang berjudul **“Preferensi Keputusan Wakif Dalam Memilih Wakaf Uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta”**, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu Wakif untuk meluangkan sedikit waktu guna mengisi kuesioner penelitian yang saya sertakan dalam satu berkas ini.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan banyak terimakasih. Jazakumullahu ahsanul jaza’.

*Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, .....2017

Hormat Saya,

Kurniawati Meylianingrum



## KUESIONER

### PREFERENSI WAKIF DALAM MEMILIH WAKAF UANG DI BADAN WAKAF INDONESIA WILAYAH YOGYAKARTA

#### Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon untuk memberi tanda ceklist (  $\surd$  ) pada kolom jawaban yang Bapak/Ibu anggap sesuai dengan pendapat. Pendapat anda dalam skala 1 hingga 5 yang memiliki makna:
  - Sangat Setuju (SS) : 5
  - Setuju (S) : 4
  - Kurang Setuju (KS) : 3
  - Tidak Setuju (TS) : 2
  - Sangat Tidak Setuju (STS) : 1
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya karena kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu tidak akan diketahui oleh orang lain.
4. Kuesioner ini di kondisikan kepada Bapak/Ibu yang telah menerima Sertifikat Wakaf Uang.

#### Identitas Responden (\*)

Nama : (jika keberatan, boleh tidak diisi)

Usia : tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

Alamat :

Pendidikan Terakhir : SD / SMP / SMA / Diploma / S1 / S2 / S3 / Lainnya

Pekerjaan :

Penghasilan perbulan : Rp

**\*) Identitas Bapak/Ibu akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti. Kuesioner ini hanya untuk kepentingan akademik, dalam rangka penulisan tesis**



## 1. INSTRUMEN VARIABEL RELIGIUSITAS

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Melakukan shalat sunnah seperti rawatib, tahajjud, dan dhuha					
2	Berpuasa Senin/Kamis atau 3 hari disetiap bulan					
3	Telah beribadah haji atau sedang menabung untuk haji					
4	Tidak menunda pembayaran hutang setelah memiliki dana					
5	Menunaikan zakat maal (harta) jika sampai nisab					
6	Mudah memaafkan kesalahan orang					
7	Jika mendapatkan harta tidak halal, tidak akan dipergunakan					
8	Ikut memikirkan upaya-upaya pengentasan kemiskinan					
9	Selalu membaca bismillah ketika akan memulai sesuatu pekerjaan					
10	Selalu menjawab salam dan memulai memberikan salam					

## 2. INSTRUMEN VARIABEL KEPERCAYAAN

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Badan wakaf melaporkan pengelolaan wakaf					
2	Badan wakaf menjalankan pengelolaan wakaf dengan baik dan benar					
3	Mengetahui tugas dan kewajiban badan wakaf dengan jelas					
4	Mengetahui penyaluran dana wakaf					
5	Mengetahui setiap laporan keuangan badan wakaf					

6	Mengetahui setiap program badan wakaf dengan jelas					
7	Dana wakaf dikelola dengan aturan wakaf yang berlaku					
8	Nadzir atau karyawannya memahami ruang lingkup dan sasaran penyalurannya					
9	Badan wakaf selalu menemukan ide baru dalam membangun masyarakat					
10	Merasa aman untuk berwakaf di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta					

### 3. INSTRUMEN VARIABEL PELAYANAN

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawannya mengucap salam					
2	Karyawannya bekerja dengan cepat, tepat, dan teliti					
3	Karyawannya selalu tersenyum ketika melayani wakif					
4	Karyawannya berpakaian sopan, rapi, dan bersih					
5	Karyawannya memberikan pelayanan dengan baik					
6	Menyediakan pelayanan untuk berwakaf dari pagi hingga sore hari					
7	Badan wakaf menyediakan fasilitas pembayaran wakaf (ATM/SMS Banking)					
8	Nadzir atau karyawannya menjemput wakaf dari rumah ke rumah					
9	Menerima ide-ide baru untuk pengembangan lembaga					
10	Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta memiliki reputasi yang baik					

#### 4. INSTRUMEN VARIABEL PROMOSI

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta cukup dikenal oleh masyarakat					
2	Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta mensosialisasikan program kegiatan di kalangan masyarakat					
3	Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta menyampaikan program kegiatan melalui media (baik cetak maupun elektronik)					
4	Letak Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta strategis					
5	Mengetahui Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta dari teman					
6	Mengetahui Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta dari kerabat					
7	Mengetahui Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta dari nadzir atau karyawan					
8	Mengetahui Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta dari internet					
9	Mengetahui Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta dari iklan dan brosur					
10	Mengetahui Badan Wakaf Indonesia Wilayah Yogyakarta dari televisi dan radio					

## 5. INSTRUMEN VARIABEL PRESEPSI WAKAF UANG

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Wakaf uang lebih fleksibel dari wakaf benda tidak bergerak (tanah, bangunan, dll)					
2	Wakaf uang adalah instrumen manajemen kekayaan di dalam Islam					
3	Wakaf uang dapat membantu meringankan kemiskinan					
4	Potensi wakaf uang di Indonesia sangat besar					
5	Wakaf uang diberdayakan secara produktif					
6	Dana wakaf tetap dan tidak boleh berkurang					
7	Manfaat wakaf uang terus mengalir					
8	Saya paham dengan wakaf uang					
9	Dengan berwakaf, maka saya merasakan perasaan berkah					
10	Dengan berwakaf, saya merasakan kepuasan batin, tenang, tenteram, dan damai					

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Kurniawati Meylianingrum  
Tempat/Tgl Lahir : Klaten, 2 Mei 1992  
Alamat Rumah : Perak Sangkal Putung No. 36 Rt 2 Rw 1 Kec.  
Klaten Utara Kab. Klaten, Jawa Tengah  
Nama Ayah : H. Rochani Masyhudi  
Nama Ibu : Hj. Roemidjah  
E-mail : [meylianingrum@gmail.com](mailto:meylianingrum@gmail.com)  
No.Telp : 082134637567

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. SD/MI : SDN 2 Barenglor, 2004
  - b. SMP : Pondok Modern Gontor Putri3, 2008
  - c. SMA/MA : MAPK MAN 1 Surakarta, 2011
  - d. S1 : Universitas Ibn Tofail Maroko, 2015
  - e. S2 : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017
2. Pendidikan Non-Formal
  - a. Mahesa Institute

### C. Riwayat Pekerjaan

1. Pondok Pesantren Modern Muhammadiyah Boarding School

### D. Prestasi/Penghargaan

1. Bendahara PPI (Perhimpunan Pelajar Indonesia) Maroko Periode 2012-2013.
2. Bendahara PCINU (Pengurus Cabang Istimewa Nahdhlatul Ulama) Maroko Periode 2012-2014.
3. Panitia Seas Games Mahasiswa Asean Maroko 2014.
4. Delegasi KBRI (Kedutaan Besar Republik Indonesia) Rabat dalam festival pentas kebudayaan di Maroko.

### E. Pengalaman Organisasi

1. Bendahara PPI (Perhimpunan Pelajar Indonesia) Maroko Periode 2012-2013.

2. Bendahara PCINU (Pengurus Cabang Istimewa Nahdhlatul Ulama) Maroko Periode 2012-2014.
3. Panitia Seas Games Mahasiswa Asean Maroko Tahun 2014.
4. Bagian pendanaan Camping Dakwah Ramadhan MAPK MAN 1 Surakarta tahun 2009.
5. Bagian HUMAS (Hubungan Masyarakat) OPPK (Organisasi Pelajar Program Keagamaan) MAPK MAN 1 Surakarta.
6. Bagian HUMAS (Hubungan Masyarakat) MAPK Fair se- Karisedenan Surakarta 2010.

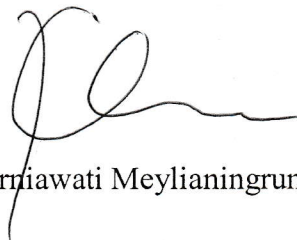
**F. Minat Keilmuan :** Ekonomi Syariah, Keuangan Perbankan Syariah, *Islamic Studies*, Ushul Fiqh, Fiqh.

**G. Karya Ilmiah :**

1. Penelitian
  - a. الأرباح والفوائد المصرفية بين التحليل الإقتصادي والحكم الشرعي
  - b. Preferensi Wakif Dalam Memilih Wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta.

Demikian CV ini dibuat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 9 Mei 2017



(Kurniawati Meylianingrum)