



Determinan Minat Berwakaf Pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat

Fitriyani Rambe¹, Rukiah Lubis², Adanan Murroh Nasution³

^{1,2,3} UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

fitriyani320954@gmail.com¹, rukiahlubis76@gmail.com², adananmurroh@gmail.com³

Abstrak

Masyarakat Rantauprapat belum familiar dengan wakaf di Aksi Cepat Tanggap, bisa dilihat bahwa perolehan donasi dari tahun 2020 sebesar Rp. 38.000.000 dan ditahun 2021 sebesar Rp. 130.000.000, jumlah donasi ditahun 2020-2021 dikatakan sedikit dibandingkan dengan jumlah target donasi yang diharapkan pihak Aksi Cepat Tanggap kota Rantauprapat. Hanya saja ada pemberian donasi dari Aksi Cepat Tanggap pusat yang disalurkan setiap cabang sehingga terlaksana realisasi yang dijalankan selama ini di Aksi Cepat Tanggap kota Rantauprapat. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi, sosialisasi, dan pengetahuan terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara, dan dokumementasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap. Sedangkan sosialisasi dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap. Hail uji simultan menunjukkan persepsi, sosialisasi dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi cepat Tanggap.

Kata Kunci: Minat, Wakaf, Persepsi

Abstract

The people of Rantauprapat are not yet familiar with the waqf at Aksi Cepat Tunjungan, it can be seen that the donations from 2020 amounted to Rp. 38,000,000 and in 2021 it will be IDR. 130,000,000, the amount of donations in 2020-2021 is said to be small compared to the target amount of donations expected by Aksi Cepat Tunjungan Rantauprapat city. It's just that there was a donation from the central Aksi Cepat Tunjungan center which was distributed to each branch so that the implementation carried out so far in the Aksi Cepat Tunjungan city of Rantauprapat was carried out. The aim of this research is to determine the influence of perception, socialization and knowledge on the interest of the waqf community in Aksi Cepat Tunjung (ACT). This research is quantitative research, with a total of 100 respondents. The data used are questionnaires, interviews and documentation. Based on the results of the research that has been carried out, it can be seen that perceptions have no influence on the interest of the waqf community in Aksi Cepat Tunjungan. Meanwhile, socialization and knowledge influence the interest of the waqf community in Aksi Cepat Tunjungan. Simultaneous test results show that perception, socialization and knowledge influence the interest of the waqf community in Fast Response Action

Keywords : Interest, Waqaf, Perception

PENDAHULUAN

Wakaf merupakan bentuk ketaatan seseorang hamba kepada tuhan, namun lebih dari itu wakaf merupakan bentuk kepedulian sosial seseorang muslim kepada masyarakat sekitar khususnya dalam tujuannya meningkatkan kualitas masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan (Girindra Mega, 2020).

Dalam kondisi sekarang prinsip-prinsip perwakafan dikaitkan secara khusus dengan persoalan kemasyarakatan di Indonesia, sehingga wakaf menjadi suatu lembaga keagamaan yang dapat dipergunakan sebagai salah satu sarana pengembangan kehidupan khususnya bagi umat Islam dalam rangka mencapai kesejahteraan spiritual dan material menuju masyarakat yang adil dan makmur.

Dapat dilihat bahwa perolehan donasi mengalami peningkatan dari tahun 2020-2021, tetapi jumlah donasi masih terbelah sedikit dari target Aksi Cepat Tanggap kota Rantauprapat. Hanya saja ada pemberian donasi dari Aksi Cepat Tanggap pusat yang disalurkan setiap cabang jadi dengan adanya itu terlaksanalah realisasi yang dijalankan selama ini di Aksi Cepat Tanggap kota Rantauprapat.

Fakta di atas bertolak belakang dengan visi Aksi Cepat Tanggap untuk menjadikan wakaf uang sebagai penerimaan modal abadi. Hal ini diakibatkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi sedikitnya jumlah donasi wakaf uang, faktor-faktor tersebut bisa timbul dari lembaga wakaf pada Aksi Cepat Tanggap ataupun masyarakat (Erni, dkk, 2022). Hasil wawancara dari Ibu Melisa mengatakan “beliau mengetahui wakaf uang akan tetapi kurang kesadaran dalam dirinya sehingga tidak mau memberikan hartanya untuk diwakafkan (Ibu Melisa, 2022). Salah satu yang mempengaruhi minat masyarakat untuk berwakaf adalah persepsi, sosialisasi dan pengetahuan.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Riani Ade, dkk, 2022). William James menyatakan bahwa persepsi terbentuk atas dasar data-data yang kita peroleh dari lingkungan yang diserap oleh indera kita, serta bagian lainnya diperoleh dengan pengolahan ingatan, dan persepsi tidak selalu sesuai dengan realita yang ada. Dalam penelitian yang dilakukan Syifa Fauziah dan Salahuddin El Ayyubi yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wakif terhadap wakaf uang di kota Bogor dijelaskan bahwa persepsi masyarakat dipengaruhi oleh pemahaman tentang wakaf uang dan motivasi social.

Sedangkan hasil wawancara peneliti dengan responden bernama Ibu Febi, Ibu Nurhasanah dan Ibu Maya mengatakan dengan pendapat yang sama mengenai adanya fenomena persepsi masyarakat terhadap Aksi Cepat Tanggap (ACT) bahwa: Aksi Cepat

Tanggap sangat membantu masyarakat dalam menjalankan usaha seperti memberikan modal kepada pihak kuliener (Ibu Febi, dkk, 2022).

Sosialisasi adalah suatu Proses bagaimana memperkenalkan sistem pada seseorang, serta bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan dan sosialisasi ditentukan oleh lingkungan sosial, ekonomi, kebudayaan dimana individu tersebut berada (Andreas Soeroso, 2008). Menurut pendapat salah satu masyarakat penerima bantuan dari Ibu Sri Wulandari mengatakan bahwa: Aksi Cepat Tanggap melakukan kunjungan setiap seminggu dua kali terhadap penerima bantuan modal usaha (Ibu Sri Wulandari, 2022).

Faktor lain yang mempengaruhi minat masyarakat Rantauprapat untuk berwakaf uang pada Aksi Cepat tanggap adalah pengetahuan. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui dalam kehidupan sehari-hari yaitu segala pengalaman dalam praktik kehidupan manusia menimbulkan pengetahuan (Heni Mutiara, dkk, 2020). Pengetahuan yang diperoleh secara langsung melalui praktik langsung yang ditangkap oleh panca indra disebut sebagai pengetahuan langsung. Menurut Ibu Ervina terhadap Aksi Cepat Tanggap mengatakan bahwa: Masyarakat mengetahui Aksi Cepat Tanggap melayani dan membantu masyarakat dalam berwakaf, akan tetapi masyarakat kurang sadar dalam memberikan sebagian hartanya untuk diwakafkan (Ibu Ervina, 2022).

KAJIAN TEORITIS

Minat Berwakaf

Pengertian Minat

Minat sendiri menurut Andi Thahir merupakan sikap senang kepada sesuatu hal. Dimana minat sendiri akan mendorong setiap orang untuk menyukai sesuatu dan hal ini akan senang terhadap apa yang mereka kerjakan (Andi Thahir, 2013). Minat ini akan berfungsi sebagai pendorong orang untuk berbuat berusaha dalam mencapai suatu tujuan, yaitu faktor dari dalam, rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan seseorang yang akan mudah menimbulkan minat; faktor motif sosial, minat sendiri terhadap objek atau sesuatu hal. Hal ini dipengaruhi dari dalam diri manusia serta motif sosial didalam kehidupan; faktor emosional, faktor ini sendiri merupakan ukuran intensitas yang menaruh perhatian terhadap kegiatan atau suatu objek tertentu.

Hubungan Pendapatan terhadap Minat Wakaf

Secara umum perilaku menabung maupun berwakaf setiap orang ditentukan oleh dua faktor keputusan penting. Pertama adalah merujuk pada seberapa besar pendapatan riil yang diterima akan dimanfaatkan untuk keperluan konsumsi. Kedua

adalah merujuk pada seberapa besar pendapatan riil yang diterima akan disisihkan untuk ditabung (Aris Puji Purwatiningsih, 2019).

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat wakaf

Faktor yang mempengaruhi minat yang mana dikelompokkan menjadi dua, yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Wakaf

Pengertian Wakaf

Kata wakaf berasal dari bahasa arab "*waqafa*" berarti "menahan" atau "berhenti" atau "diam ditempat" atau "tetap berdiri". Wakaf secara bahasa adalah menahan (Qodariah, dkk, 2020). Menurut istilah *syara'*, Muhammad Jawad Mughniyah dalam bukunya al-Ahwalus-Syakhsiyah menyebutkan bahwa wakaf adalah: *sesuatu bentuk pemberian yang mengkehendaki penahan asal harta dan mendermakan hasilnya pada jalan yang bermanfaat*" (Abdul Halim, 2005).

Jenis-Jenis Wakaf

Wakaf di tinjau dari peruntukkan benda wakaf (*mauqufalah*) maka pada dasarnya wakaf dapat dibedakan menjadi Wakaf Ahli (*Dzurri*), Wakaf ahli biasa juga disebut dengan wakaf keluarga yaitu wakaf yang dilakukan oleh wakif kepada kerabat dan keluarganya (Hujriman, 2018); Wakaf Khairi, menurut Syekh aid Sabiq mengatakan bahwa wakaf khairi adalah wakaf kepada jalan kebaikan secara umum.

Aspek Hukum Wakaf

Wakaf menurut jumhur fudha' (mayoritas ulama fikih) hukumnya adalah sunnah dan menurut mazhab hanafi hukumnya mubah. Beberapa dalil mengenai pensyariatan wakaf. Adapun arti yang terdapat dalam Al-Qur'an yaitu: Artinya: "Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sehagian harta yang kamu cintai. dan apa saja yang kamu nafkahkan Maka Sesungguhnya Allah mengetahuinya" (QS. Ali Imran {3} : 92), (Hasan Mansur, 2010).

Ayat ini merupakan seruan umum kepada seluruh kaum mukminin. Tidak ada nilainya suatu infak pada sisi-sisi kebaikan bila tidak bersandar kepada basis keimanan yang shahih dan berpijak di wilayah agama yang lurus. Sebab turunnya ayat ini adalah berbagi kejadian menakjubkan tentang aksi infak para sahabat Rasulullah. Abu Thalhaf Al-anshari misalnya, ia menyedekahkan hartanya yang paling baik, yaitu sebidang kebun di Barha' di Madinah. Zaid bin Haritsah menyedekahkan kuda yang sangat dicintainya, kemudian Rasulullah saw. Memberikannya kepada putranya, Usamah. Dan sepertinya Zaid merasa keberatan, lalu Rasulullah SAW. Bersabda kepadanya, "*Ketahuilah, sesungguhnya Allah telah menerima sedekahmu*".

Fatwa DSN MUI Tentang Wakaf

Dalam hal ini diwakili oleh Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga memperbolehkan mengeluarkan wakaf dalam bentuk uang tunai, fatwa ini dikeluarkan pada 11 Mei tahun 2002. Alasan dikeluarkan fatwa tersebut didasarkan pada hadis Ibnu Umar seperti yang dijelaskan pada hadis sebelumnya.

Persepsi

Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan merespon terhadap stimulus tetapi juga pengalaman-pengalaman yang dialami individu menjadi satu kesatuan dengan stimulasi yang didapat sehingga seseorang tersebut dapat mempersepsikan sesuatu.

Jenis-Jenis Persepsi

Menurut Irwanto, setelah individu melakukan interaksi dengan obyek-obyek yang di persepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu persepsi positif. Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang di teruskan dengan upaya pemanfaatannya; persepsi negatif. Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan obyek yang di persepsi (Asriandi Irwanto, dkk, 2022).

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi seseorang tidak timbul begitu saja tentu ada faktor-faktor yang mempengaruhinya (Dudih Sutrisman, 2020). Menurut Gifford dalam kutipan buku Sukatin, juga menyebutkan bahwa persepsi manusia dipengaruhi oleh beberapa hal faktor tersebut yaitu *Personal Effect*; *Cultural Effect*; *Physical Effect*

Sosialisasi

Pengertian Sosialisasi

Menurut Bruce J. Cohen yang dikutip oleh Khairani dalam bukunya *sosialisasi kepribadian* mendefinisikan sosialisasi yaitu proses manusia mempelajari tata cara kehidupan dalam masyarakat untuk memperoleh kepribadian dan membangun kapasitasnya sehingga dapat berfungsi dengan baik sebagai individu maupun anggota kelompok (Khairani Kurniawati, 2018).

Tujuan Sosialisasi

Adapun sosialisasi memiliki beberapa tujuan yaitu sosialisasi proses pemberitahuan kepada Masyarakat; meyakinkan dan melaksanakan sosialisasi; menyambut dengan baik dan memberi penyuluhan; memberikan pencerahan dan pelayanan; melakukan pemasangan spanduk dan melalui media sosial.

Jenis Sosialisasi

Sosialisasi dilihat dari jenis dapat dibedakan menjadi Sosialisasi Primer, Awal sosialisasi yang dijalani individu semasa kecil dan menjadi pintu bagi seseorang memasuki keanggotaan masyarakat disebut sosialisasi primer. pada sosialisasi primer akan lebih banyak terjalin perilaku yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, misalnya, sikap hormat menghormati, tolong menolong, toleransi, jujur dan kasih sayang; Sosialisasi Sekunder, Sosialisasi di luar lingkungan keluarga yang merupakan kelanjutan dan perluasan sosialisasi primer disebut sosialisasi sekunder. Sosialisasi sekunder terjadi di dalam masyarakat proses sosialisasi sekunder dapat diterima seorang individu melalui pendidikan formal dan non formal yang merupakan bekal untuk melakukan peranan dan statusnya di dalam masyarakat.

Media Sosialisasi

Ada lima media sosialisasi yang biasa dipakai untuk sosialisasi adalah Keluarga; Teman bergaul; Lingkungan kerja; Media massa; Media teknologi informasi (Amany, dkk, 2018).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sosialisasi

Ada lima faktor utama yang mempengaruhi sosialisasi seseorang, faktor tersebut antara lain sifat dasar; lingkungan prenatal; perbedaan perorangan; lingkungan; motivasi.

Pengetahuan

Pengertian pengetahuan

Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang menjadi pengetahuan masyarakat, yang dikembangkan dari hasil belajar melalui pengalaman hidup mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup (Dessy Diandra, 2021).

Tingkat Pengetahuan

Terdapat enam tingkat pengetahuan, yaitu Mengetahui merupakan tingkat pengetahuan paling rendah; Memahami merupakan kemampuan untuk menjelaskan menginterpretasikan dengan benar tentang objek yang diketahui; Aplikasi merupakan kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi nyata atau dapat menggunakan hukum-hukum, rumus, metode dalam situasi nyata; Analisis merupakan kemampuan untuk menguraikan objek kedalam bagian-bagian lebih kecil, tetapi masih didalam suatu struktur objek tersebut dan masih terkait satu sama lain; Sintesis merupakan kemampuan untuk menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru atau kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada; Evaluasi merupakan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu objek, evaluasi dapat menggunakan kriteria yang telah ada atau disusun sendiri (Elna Sriwarna, dkk, 2020).

Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengetahuan

Menurut faktor yang mempengaruhi pengetahuan antara lain Faktor pendidikan semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang, maka akan semakin mudah untuk menerima informasi tentang objek atau berkaitan dengan pengetahuan; Faktor minat sebagai kecenderungan atau keinginan yang tinggi terhadap sesuatu; Faktor pengalaman seseorang sangat mempengaruhi pengetahuan, semakin banyak pengalaman seseorang tentang suatu hal; Usia dengan bertambahnya umur seseorang akan mengalami perubahan aspek fisik dan psikologis (Windari, dkk, 2022).

METODE PENELITIAN

Data penelitian ini dimulai dari bulan September 2021 sampai dengan Januari 2023. Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2023. Lokasi penelitian ini dilakukan pada Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) di Kota Rantau Prapat, Kec. Rantau Utara. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang bersifat spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lainnya (Agmadi Alga, 2003).

Adapun populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat kecamatan Rantau Utara (Sugiyono, 2017). Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebesar 97.467 jiwa (<https://labuhanbatukab.bps.go.id>). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sample*. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% sebanyak 100 responden.

Sumber data penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu data primer dan sekunder: Data Primer (*primary data*) merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti. Data Sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain (Mudrajat Kuncoro, 2009). Data sekunder juga merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Iqbal Hasan, 2016). Data sekunder dalam penelitian ini yaitu jumlah penduduk Kecamatan Rantau Utara di kota Rantau Prapat.

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data, untuk memperoleh data yang diperlukan dalam analisis perlu

dilakukan suatu teknik penelitian (Sugiyono, 2013). Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Teknik kuesioner merupakan teknik yang digunakan pada pengumpulan data dengan memberikan pernyataan atau pertanyaan untuk para responden penelitian agar dijawab untuk mendapatkan data ataupun informasi.

2. Wawancara

Pengumpulan data dengan wawancara adalah proses memperoleh keterangan dengan tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara) (Moh. Nazir, 2011). Peneliti melakukan wawancara pertama kepada responden dikecamatan Rantau Utara pada tanggal 12 Januari 2022.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan yang sudah berlaku, bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya seni seseorang. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, misalnya pengisian pernyataan peneliti, sejarah kehidupan, dan lain-lain. Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa peneliti ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebar kuesioner.

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data merupakan tempat mengelola data menjadi informasi dan sehingga menghasilkan karakteristik sifat-sifat dapat dipahami serta berguna untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan metode SPSS (*Statistical Package Social Science*) versi 22 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Linearitas. Pengujian Asumsi Klasik (Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas). Pengujian Hipotesis (regresi secara parsial (uji t), dan uji koefisien regresi secara simultan (uji f), Koefisien Determinasi (R^2)). Analisis Regresi Linear Berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diajukan peneliti untuk mengolah hasil jawaban para responden dari angket yang peneliti sebarakan melalui aplikasi SPSS versi 22, adapun hasil analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Hasil Olahan
1	Persepsi	Valid
2	Sosialisasi	Valid
3	Pengetahuan	Valid
4	Minat Berwakaf	Valid

Berdasarkan tabel 1 diatas, menjelaskan bahwa pernyataan seluruh item dalam kuesioner variable penelitian yaitu variable persepsi, sosialisasi, pengetahuan dan minat berwakaf semuanya valid. Sehingga selanjutnya perlu dilakukan uji reliabilitas untuk menguji keabsahan pernyataan pada kuesioner yang diberikan, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Persepsi	0,793 > 0,60	Reliabel
2	Sosialisasi	0,896 > 0,60	Reliabel
3	Pengetahuan	0,718 > 0,60	Reliabel
4	Minat Berwakaf	0,850 > 0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat dijelaskan bahwa seluruh variable penelitian ini dinyatakan reliabel, yang dibuktikan dari nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas Penelitian

Uji Normalitas	Nilai	Keterangan
Asymp. Sig. (2- Tailed)	0,426 > 0,10	Normal

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat diketahui nilai Asymp. Sig. (2-Tailed) sebesar 0,426, yang mana lebih besar nilainya dari signifikansi 0,10. Artinya semua variable dalam penelitian ini terdistribusi normal. Setelah prasyarat dasar terpenuhi, berikutnya dilakukan uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas Penelitian

Variance Inflation Factors	Nilai	Keterangan
Persepsi	1,424 < 10	Bebas Multikolinearitas
Sosialisasi	2,133 < 10	Bebas Multikolinearitas
Pengetahuan	1,809 < 10	Bebas Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 4 diatas, merupakan pembuktian dari hasil uji multikolinearitas, yang mana uji ini untuk membuktikan tidak ada hubungan yang erat antar variable independennya dengan melihat nilai Variance Inflation Factors (VIF) nya lebih kecil dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas Penelitian

Uji Gletser	Nilai	Keterangan
Persepsi	0,255 > 0,10	Bebas Heteroskedastisitas
Sosialisasi	0,401 > 0,10	Bebas Heteroskedastisitas
Pengetahuan	0,474 > 0,10	Bebas Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dijelaskan dengan melihat nilai dari uji gletser, bahwa variable persepsi, sosialisasi, dan pengetahuan lebih besar dari signifikansi 0,10, artinya semua variable penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas. Setelah dinyatakan bebas dari kesalahan asumsi klasik, berikutnya dapat diambil sebuah asumsi dari penelitian ini dengan melihat persamaan yang terbentuk dalam penelitian ini, yaitu:

$$MMB = 5,758 + -0,075PSI + 0,380SSI + 0,488PTN$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta adalah sebesar 5,758 menyatakan bahwa variabel persepsi, sosialisasi, dan pengetahuan dianggap konstanta atau nilainya 0 maka nilai minat masyarakat berwakaf sebesar 5,758.

Koefisien regresi persepsi sebesar -0,075, menunjukkan bahwa apabila persepsi meningkat sebesar 1 satuan, maka minat masyarakat berwakaf menurun sebesar 5,758 - 0,075 = 5,683 dengan asumsi variabel lain tetap.

Koefisien sosialisasi sebesar 0,380 menunjukkan bahwa apabila sosialisasi meningkat sebesar 1 satuan, maka minat berwakaf meningkat sebesar 5,758 + 0,380 = 6,138 dengan asumsi variabel lain tetap.

Koefisien pengetahuan sebesar 0,488, menunjukkan bahwa apabila pengetahuan meningkat sebesar 1 satuan, maka minat berwakaf meningkat sebesar $5,758 + 0,488 = 6,246$ dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,774	0,600	0,587	2,36574

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,600 atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (persepsi, sosialisasi, dan pengetahuan) ada pengaruh terhadap variabel dependen (minat masyarakat berwakaf) sebesar 0,600 atau 60%. Sedangkan sisanya sebesar 0,400 atau 40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji Parsial

Tabel 7. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,758	3,030		1,900	.060
X1	-0,075	0,062	-0,094	-1,215	.227
X2	0,380	0,079	0,451	4,785	.000
X3	0,488	0,095	0,446	5,135	.000

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar -1,215 dan t_{tabel} sebesar 1,660. Sehingga $t_{hitung} (-1,215) < t_{tabel} (1,660)$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juniarni Mawardah, yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh persepsi terhadap keputusan masyarakat kota Yogyakarta untuk mengeluarkan wakaf tunai.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 4,785 dan t_{tabel} sebesar 1,660. Sehingga $t_{hitung} (4,785) > t_{tabel} (1,660)$. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh sosialisasi terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riska Andriani dan Fauziah, yang menyatakan bahwa ada pengaruh sosialisasi terhadap minat masyarakat Dusun Termanuk Desa Sumberjo Kecamatan Wonomulyo Untuk Berwakaf Tunai Di Baitul Maal As'Adiyah Wonomulyo.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 5,135 dan t_{tabel} sebesar 1,660. Sehingga $t_{hitung} (5,135) > t_{tabel} (1,660)$. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arum Cempaka Sari, yang menyatakan bahwa ada pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat Wonosari untuk Berwakaf Tunai di BMT Dana Insani Gunungkidul

Uji Simultan

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	804.826	3	268.275	47.934	.000 ^b
Residual	537.284	96	5.597		
Total	1342.110	99			

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (Uji F) dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar 47,934 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,14. Sehingga $F_{hitung} (47,934) > F_{tabel} (2,14)$. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh persepsi, sosialisasi, dan pengetahuan terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat.

KESIMPULAN/ CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa hasil uji t dapat dilihat bahwa tidak ada pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat, ada pengaruh sosialisasi terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat, ada pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat dan ada pengaruh persepsi, sosialisasi, dan pengetahuan terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan membantu perkembangan masyarakat agar bertahan terhadap guncangan krisis perekonomian yang dapat terjadi kapanpun di negara Indonesia. Hal yang dapat dilakukan antara lain penguatan modal memiliki langkah antisipasi menghadapi dampak krisis perekonomian, manajemen yang handal serta sosialisasi mengenai Aksi Cepat Tanggap kepada Masyarakat. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian berharap penelitian ini memberikan manfaat dan dampak positif seperti memberikan wawasan dan pengetahuan serta dapat menjadi bahan acuan dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA / REFERENCES

- Abdul Halim. 2005. *Hukum Perwakafan Di Indonesia*. Jakarta: Ciputat Press.
- Agmadi Alga. 2003. *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Putaka Pelajar.
- Amany, Azizah, Husmiaty. 2018. *Ketahanan Keluarga Dalam Persepektif Islam*. Jakarta: Pustaka Cendikiawan Muda.
- Andi Thahir. 2013. *Psikologi Belajar*. Lampung: LP2M UIN Raden Intan Lampung.
- Andreas Soeroso. 2008. *Sosiologi*. Jakarta: Quadra.
- Aris Puji Purwatiningsih. 2019. *Masyarakat Kota Semarang dan Filantropi Islam*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.
- Asriandi Irwanto, dan Aditya Wardhana. 2022. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Dessy Diandra. 2021. *Pengantar Antropologi*. Yogyakarta: Diva Press.
- Dudih Sutrisman. 2020. *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, dan Mahasiswa*. Jakarta: Guepedia.
- Elna Sriwarna, Ikhwanuddin Harahap, Windari dan Ali Hardana. (2020). "The Effect Of Knowledge On Voting Interest Products PT. Mandiri Sharia Bank Padangsidempuan (Cae Study to Guru Al-Azhar Bi'ibadillah Ujung Gading District Angkola Stem)." . *Journal Of Sharia Banking*, 2.
- Erni, Darwis Harahap, Muhammad Wandisyah R. Hutagalung. (2022). "Analysis Of The Influence Of Employee Development In Improving Work Quality AT PT. Bank Muamalat Padangsidempuan Branch." . *Journal Of Sharia Banking*, 53.
- Girindra Mega. 2020. *Wakaf Bergerak: Teori dan Praktik di Asia*. Malang: Anggota IKAPI.
- Hasan Mansur. 2010. *Wakaf dan Pemberdayaan Umat*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Heni Mutiara, Windari, Ali Hardana dan Syuaib Nasution. (2020). "The Effect Of The Motivation Of Avoiding Riba And Knowledge Of Sharia Banking Products On The Decision To Become A Customer At PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kc Padangsidempuan." . *Journal Of Sharia Banking*.
- Hujrیمان. 2018. *Hukum Perwakafan Di Indonesia*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ibu Ervina. 2022. *Hasil wawancara dengan selaku masyarakat terhadap Aksi Cepat Tanggap (ACT)*.
- Ibu Febi, Nurhasanah, Maya. 2022. *Hasil wawancara dengan selaku masyarakat terhadap Aksi Cepat Tanggap (ACT)*.
- Ibu Melisa. 2022. *Hasil wawancara dengan selaku masyarakat berwakaf*.

- Ibu Sri Wulandari. 2022. *Hasil wawancara dengan selaku masyarakat terhadap Aksi Cepat Tanggap (ACT)*.
- Iqbal Hasan. 2016. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Khairani Kurniawati. 2018. *Sosialisasi Kepribadian*. Yogyakarta: Setra Edukasi Media.
- Moh. Nazir. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mudrajat Kuncoro. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3*. Jakarta: Erlangga.
- Qodariah, Peny Cahaya Azwari, Saprida, Zuul Fitriani Umri. (2020). *Fikih, Zakat, Sedekah, Dan Wakaf*. Jakarta: Kencana.
- Riani Ade, Replita, Arti Damisa dan Damri Batubara. (2022). "IAIN PADANGSIDIMPUAN Student's Perceptions Of Internet Banking Sevice Security In Islamic Banking Transactions." . *Journal Of Sharia Banking*, 98.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual SPSS*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Windari, Sarmiana Batubara dan Duma Sari. (2022). "The Influence Of Knowledge and Promotion on The Interest Of The People Of Payagoti Village, Portibi District Using Sharia Bank Product." . *Journal Of Sharia Banking*, 121