



**PENGARUH PERSEPSI, SOSIALISASI, DAN PENGETAHUAN
TERHADAP MINAT MASYARAKAT BERWAKAF
PADA AKSI CEPAT TANGGAP (ACT)
DI KOTA RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**FITRIYANI RAMBE
NIM. 18 401 00339**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**PENGARUH PERSEPSI, SOSIALISASI, DAN PENGETAHUAN
TERHADAP MINAT MASYARAKAT BERWAKAF
PADA AKSI CEPAT TANGGAP (ACT)
DI KOTA RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**FITRIYANI RAMBE
NIM. 18 401 00339**

PEMBIMBING I


**Dr. Rukiah, S.E., M.Si.
NIP. 19760324 200604 2 002**

PEMBIMBING II


**Adanan Murroh Nasution, M.A.
NIDN. 2104118301**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. FITRIYANI RAMBE

Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidempuan, 10 Januari 2023

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN SYAHADA Padangsidempuan

Di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. FITRIYANI RAMBE yang berjudul "**Pengaruh Persepsi, Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

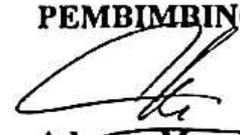
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Dr. Rukiah, S.E., M.Si.

NIP. 19760324 200604 2 002

PEMBIMBING II


Adnan Murroh Nasution, M.A.

NIDN. 2104118301

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : FITRIYANI RAMBE

NIM : 18 401 00339

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi, Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 10 Januari 2023

Saya yang Menyatakan,



FITRIYANI RAMBE

NIM. 18 401 00339

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : FITRIYANI RAMBE
NIM : 18 401 00339
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Persepsi, Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 10 Januari 2023

kan,

METERAI
TEMPEL
GEGEDAKX208961531
FITRIYANI RAMBE
NIM. 18 401 00339



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : FITRIYANI RAMBE
Nim : 18 401 00339
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat

Ketua

Dr. Rukiah, SE., M.Si
NIP. 197603242006042002

Sekretaris

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

Anggota

Dr. Rukiah, SE., M.Si
NIP. 197603242006042002

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

H. Aswadi Lubis, SE., M.Si
NIP. 1963301071999031002

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 198006052011011003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Sabtu / 14 Januari 2023
Pukul : 08.00 WIB s/d 10.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 73,75 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMIDAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Silitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH PERSEPSI SOSIALISASI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT BERWAKAF PADA AKSI CEPAT TANGGAP (ACT) DI KOTA RANTAUPRAPAT.**

NAMA : **FITRIYANI RAMBE**
NIM : **18 401 00339**
TANGGAL YUDISIUM : **28 JANUARI 2023**
INDEKS PRESTASI KUMULATIF: **3,59**
PREDIKAT : **PUJIAN**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi
Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 28 Januari 2023

Dekan

Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Fitriyani Rambe
Nim : 18 401 00339
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Sosialisasi, dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) di Kota Rantauprapat

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. Sedangkan jumlah target donasi tahun 2020 sebesar Rp. 15.000.000.000 dan jumlah target donasi ditahun 2021 sebesar Rp. 32.000.000.000. 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).

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, pengertian minat, pendapatan, hubungan pendapatan terhadap minat, faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwakaf, pengertian wakaf, jenis-jenis wakaf, aspek hukum wakaf, fatwa MUI tentang wakaf, pengertian persepsi, jenis-jenis persepsi, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, pengertian sosialisasi, jenis-jenis sosialisasi, tujuan sosialisasi, media sosialisasi, faktor-faktor yang mempengaruhi sosialisasi, pengertian pengetahuan, tingkat pengetahuan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Data yang digunakan adalah kuesioner (angket) dan wawancara. Teknik analisis yang digunakan melalui uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas dan uji linieritas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi (R^2). Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan statistik *software* SPSS versi 22.

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. Hasil uji simultan menunjukkan persepsi, sosialisasi dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi cepat Tanggap.

Kata Kunci: Aksi Cepat Tanggap, Persepsi, Pengetahuan, Sosialisasi, Wakaf.

KATA PENGANTAR



Assalaamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur kita sampaikan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Persepsi, Sosialisasi, dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, SM.Ag., selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan. Ibu Hamni Fadillah Nasution, M.Pd. selaku Sekretaris prodi Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
4. Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si, selaku pembimbing I dan Bapak Adanan Murroh Nasution, M.A, selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat

berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan kedua beliau.

5. Terkhusus Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M., sebagai dosen yang sangat luar biasa menyemangati peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Lembaga Beasiswa BAZNAS yang telah membiayai penelitian ini melalui Beasiswa Riset BAZNAS tahun 2021 sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak serta Ibu dosen UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
9. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Suyanto Rambe dan Ibunda tercinta Nur'aini Pane, yang telah mendidik dan selalu berdoa tidak hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti dan banyak berkordan tanpa pamrih serta memberikan kasih sayang dukungan moral dan materi, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada keduanya diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya.

10. Untuk saudari saya satu-satunya Nur'ainun Rambe tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang dukungan moral dan materil kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, serta seluruh keluarga besar yang selalu menyemangati semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
11. Untuk sahabat peneliti yang tidak pernah bosan mengingatkan dan membantu selalu bersama Sopia Kholilah Siregar, Mutiara Nauli, Sayang Prima Nanda, Hawa Nisa Harahap, Sri Indah Lestari, Nurhanifa Siregar, Aswi Darni, Maya Sari Harahap, Ayu Damayanti, Siti Ena Simbolon, Puzia Risma hasibuan, Siti Eni Simbolon, Siti Khofifah Indah Nasution.
12. Untuk Adik-Adik terbaik Rezha Amelia, Nida, Shova, Taufik Hidayat, Berlian, yang selalu membantu dan menyemangati peneliti dalam melakukan penelitian.
13. Kepada Sahabat KKL-DR seperjuangan saya yaitu Nira Wahyuni, Sariah Sani, Rini Fazria, Siti Sarah, Kholila, Ucok Dakkal, terimakasih telah memberi semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi saya ini.
14. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Perbankan Syariah mahasiswa angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini selesai.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti Akhirnya peneliti

mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Januari 2023

Peneliti,

FITRIYANI RAMBE
NIM. 18 401 00339

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	s (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي.....	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ي.....	Kasrah dan ya	ī	I dan garis di bawah
و.....	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ﻻ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, iat idak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSYAH	
PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Definisi Operasional Variabel	10
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Kegunaan Penelitian.....	12
H. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Kerangka Teori.....	15
1. Minat Berwakaf.....	15
a. Pengertian Minat	15
b. Pendapatan.....	16
c. Hubungan Pendapatan Terhadap Minat	17
d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwakaf.....	17
2. Wakaf	18
a. Pegertian Wakaf	18
b. Jenis-Jenis Wakaf	19
c. Aspek Hukum Wakaf	20
d. Fatwa MUI Tentang Wakaf.....	23
3. Persepsi.....	24
a. Pengertian Persepsi.....	24
b. Jenis-Jenis Persepsi	24
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	26
4. Sosialisasi	27
a. Pengertian Sosialisasi	27
b. Tujuan Sosialisasi.....	28

c.	Jenis-Jenis Sosialisasi	29
d.	Media Sosialisasi	30
e.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sosialisasi	31
5.	Pengetahuan.....	33
a.	Pengertian Pengetahuan	33
b.	Tingkat Pengetahuan	33
c.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan	34
B.	Penelitian Terdahulu.....	35
C.	Kerangka Pikir.....	40
D.	Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN		42
A.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
B.	Jenis Penelitian	42
C.	Populasi dan Sampel	42
D.	Sumber Data	44
1.	Data Primer	44
2.	Data Sekunder	44
E.	Teknik Pengumpulan Data	45
1.	Teknik Kuesioner	45
2.	Teknik Wawancara.....	47
3.	Dokumentasi.....	47
F.	Teknik Analisis Data	48
1.	Uji Validitas	48
2.	Uji Reliabilitas	49
3.	Uji Normalitas.....	49
4.	Uji Linearitas.....	50
5.	Uji Asumsi Klasik	50
a.	Uji Multikolinearitas	50
b.	Uji Heteroskedastisitas.....	51
6.	Uji Hipotesis	51
a.	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	51
b.	Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (uji f).....	51
c.	Koefisien Determinasi (R^2).....	52
7.	Uji Regresi Linear Berganda.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		54
A.	Gambaran Umum Aksi Cepat Tanggap (ACT).....	54
1.	Sejarah Aksi Cepat Tanggap (ACT)	54
2.	Visi dan Misi Aksi Cepat Tanggap (ACT).....	57
3.	Struktur Organisasi Aksi Cepat Tanggap (ACT)	58
B.	Hasil Analisis Data.....	59
1.	Uji Validitas	59
2.	Uji Reliabilitas.....	61
3.	Uji Normalitas	63
4.	Uji Linearitas.....	64

5. Uji Asumsi Klasik	66
a. Uji Multikolinearitas	66
b. Uji Heteroskedastisitas	67
6. Regresi Linear Berganda	68
7. Uji Koefisien Determinasi	69
8. Uji Hipotesis	70
a. Uji Parsial (Uji t)	70
b. Uji Simultan (Uji F)	71
C. Pembahasan Hasil Analisis Data	72
D. Keterbatasan Penelitian	74
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWYAT HIDUP	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I.1	Data Perolehan Dana dan Targetan Donasi	3
Tabel I.2	Data Realisasi Pada ACT.....	4
Tabel I.3	Defenisi Operasional Variabel.....	11
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	35
Tabel III.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel III.2	Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Responden	45
Tabel III.3	Kisi-Kisi Kuesioner Persepsi, Sosiaisasi, dan Pengetahuan ...	46
Tabel III.4	Kisi-Kisi Kuesioner Minat Masyarakat Berwakaf.....	47
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas Persepsi	59
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas Sosialisasi	59
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas Pengetahuan	60
Tabel IV.4	Hasil Uji Validitas Minat Masyarakat Berwakaf.....	60
Tabel IV.5	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi	61
Tabel IV.6	Hasil Uji Reliabilitas Sosialisasi.....	61
Tabel IV.7	Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan	62
Tabel IV.8	Hasil Uji Reliabilitas Minat Masyarakat Berwakaf.....	62
Tabel IV.9	Hasil Uji Normalitas <i>Monte carlo</i>	63
Tabel IV.10	Hasil Uji Linieritas Persepsi terhadap Minat Masyarakat Berwakaf	64
Tabel IV.11	Hasil Uji Linieritas Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf.....	64
Tabel IV.12	Hasil Uji Linieritas Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf.....	65
Tabel IV.13	Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel IV.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel IV.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	68
Tabel IV.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
Tabel IV.17	Hasil Uji Persial (Uji t)	70
Tabel IV.18	Hasil Uji Simultan (Uji F)	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pikir	40
Gambar IV.1 Struktur Organisasi Aksi Cepat Tanggap	58

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 4 Hasil Analisis Data

Lampiran 5 Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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.¹

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.

Wakaf bukan hanya untuk kepentingan masjid atau tempat ibadah lainnya, melainkan juga untuk segala kepentingan sosial masyarakat seperti untuk sekolah, balai desa, pasar, jalan, sumur untuk pertanian, wakaf gedung atau yang lainnya untuk kemanfaatan kehidupan dan kesejahteraan.

Lembaga Wakaf salah satu lembaga sosial yang menangani perwakafan di Indonesia. Awal berdiri lembaga wakaf pada tahun 2012 dan lembaga wakaf langsung di operasikan secara serius di kota Rantauprapat pada tahun 2020. lembaga wakaf adalah institusi pengelolaan obyek wakaf dari masyarakat yang mengelola secara profesional, amanah berjangkauan luas (lembaga)

¹ Girindra Mega, *Wakaf Bergerak: Teori dan Praktik di Asia* (Malang: Anggota IKAPI, 2020), hlm. 1.

demikian membangun kesejahteraan masyarakat yang berhak menerimanya melalui program-program yang terutama bersifat memberdayakan. Lembaga wakaf sebagai organisasi filantropi Islam, bertekad menjadi umat Islam dunia sebagai subjek pembangunan peradaban lembaga yang lebih baik, tekad lembaga wakaf membangun masyarakat sipil yang kuat.

Aksi Cepat Tanggap (ACT) sebagai bentuk lembaga kemanusiaan yang tidak hanya memprioritaskan dalam hal bencana alam namun lembaga kemanusiaan ini juga ikut serta dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di Indonesia. Aksi Cepat Tanggap (ACT) sering mengadakan penggalangan dana wakaf dengan menjalin kerjasama dengan pihak perusahaan, publik atau perorangan. Pembayaran dana wakaf menyediakan berbagai metode bisa melalui online secara transfer maupun bisa berdonasi langsung ke kantor ACT kota Rantauprapat, mengajak masyarakat untuk peduli dan peka terhadap isu-isu krisis kemanusiaan, peristiwa ataupun bencana yang terjadi. ACT juga melakukan penggalangan dana dengan turun langsung ke jalan apabila ada bencana alam atau musibah seperti longsor, banjir, kebakaran.

Sejatinya, nilai wakaf adalah abadi, namun banyak masyarakat di Indonesia yang beranggapan bahwa wakaf itu aset dan benda, dan belum banyak yang mengetahui dengan wakaf di Aksi Cepat Tanggap. Wakaf bernilai abadi, oleh karenanya, publik Indonesia umumnya beranggapan bahwa wakaf mesti berupa aset atau benda yang kegunaannya dapat bertahan lama. Hal tersebut tidaklah salah, namun demikian banyak masyarakat yang kemudian tidak familiar dengan wakaf di Aksi Cepat Tanggap karena

dianggap tidak bersifat abadi, dengan membuktikan masyarakat tidak familiar dengan wakaf di Aksi Cepat Tanggap bisa dilihat dari donasi yang terkumpul pertahunnya masih terbilang sangat sedikit. Berikut ini adalah jumlah perolehan donasi serta targetan donasi pada ACT kota Rantauprapat tahun 2020-2021.

Tabel I.1
Data Perolehan Donasi dan Targetan donasi pada ACT Kota
Rantauprapat Tahun 2020-2021

Jumlah Donasi		Target Donasi	
Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2020	Tahun 2021
Rp.	Rp.	Rp.	Rp.
38.000.000	130.000.000	15.000.000.000	32.000.000.000

Sumber: Olahan data ACT Rantauprapat

Tabel I.1 diatas dapat dilihat bahwa perolehan donasi mengalami peningkatan dari tahun 2020-2021, tetapi jumlah donasi masih terbilang 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.

Aksi Cepat Tanggap baru berdiri di tahun 2020 jadi belum banyak realisasi yang di jalankan dan masih melaksanakan pengenalan Aksi Cepat Tanggap lebih dalam lagi kepada masyarakat serta melakukan penggalangan dana dan berbagai kerjasama dengan perusahaan, publik atau perorangan. Dan di tahun 2021 semakin mengalami perkembangan dan sudah terealisasikan program-program Aksi Cepat Tanggap seperti wakaf modal usaha mikro,

pembangunan masjid dan mushola, pembangunan rumah Qur'an, wakaf sumur dan wakaf Al-Qur'an. Berikut adalah realisasi yang dilakukan pada Aksi Cepat Tanggap kota Rantauprapat dari tahun 2020-2021.

Tabel I.2
Data Realisasi Yang Dijalankan Pada ACT Kota
Rantauprapat Tahun 2020-2021

No.	Realisasi	Tahun 2020	Tahun 2021
1.	Wmum	7	130
2.	Pembangunan masjid dan mushola	-	2
3.	Pembangunan Rumah Qur'an	-	1
4.	Wakaf sumur	-	-
5.	Wakaf Al-Qur'an	20	50-500

Sumber: Olahan data ACT Rantauprapat

Tabel I.2 diatas dapat dilihat bahwa realisasi yang dijalankan dalam mengembangkan penerimaan wakaf, mulai dari tahun 2020 maka pendistribusian bersifat lokal atau nasional, yang bersifat lokal seperti wakaf modal usaha mikro yang sudah berjalan dengan 7 orang penerima dan diberikan modal kepada setiap penerima yang sudah menjalankan usaha yaitu sejumlah 1.000.000 sampai 2.000.000/orang, realisasi wakaf Al-qur'an memberikan 20 penerima Al-Qur'an diberikan kepada hafiz/ah atau ke masjid-masjid. yang bersifat nasional pendistribusian yang dilakukan dari Aksi Cepat Tanggap pusat seperti wakaf perahu, wakaf perikanan, dan ditahun 2021 melakukan wakaf modal usaha mikro dengan 130 orang penerima dan diberikan modal kepada setiap penerima yang sudah menjalankan usaha yaitu sejumlah 1.000.000 sampai 2.000.000/orang, pembangunan mushola dan masjid memerlukan dana wakaf sejumlah

70.000.000, pembangunan rumah Qur'an memerlukan dana wakaf sejumlah 43.000.000, dan wakaf Al-Qur'an memberikan minimal 50 serta maksimal 500 penerima Al-Qur'an diberikan kepada hafiz/ah atau ke masjid-masjid. Kalau dilihat dari jumlah donasi tidak sesuai dengan realisasi yang dijalankan sebab penyaluran lebih besar dari pada pengumpulan dana wakaf sangat sedikit.

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. Berdasarkan pra riset yang penulis lakukan terdapat faktor penghambat yang timbul dari lembaga wakaf pada Aksi Cepat Tanggap yakni rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya kepercayaan masyarakat akan lembaga pengelola wakaf pada Aksi Cepat Tanggap dan lemahnya sistem tata kelola data.

Faktor yang timbul dari masyarakat adalah kurangnya minat masyarakat untuk berwakaf uang ini dilihat dari sedikitnya jumlah donasi wakaf uang. Minat Berwakaf adalah seseorang yang dapat mendorong tercapainya tujuan. Seseorang yang tertarik dengan suatu obyek biasanya lebih memperhatikan atau merasa lebih senang maupun bahagia terhadap obyek tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dari Ibu Melisa mengatakan "beliau mengetahui wakaf uang akan tetapi kurang kesadaran dalam dirinya sehingga

tidak mau memberikan hartanya untuk diwakafkan.² 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.³ 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 sosial.⁴

Hasil wawancara dari 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. Aksi Cepat Tanggap sangat membantu dalam hal bencana apabila terjadi banjir, gempa, atau longsor pihak Aksi Cepat Tanggap langsung terjun kelapangan untuk membantu masyarakat yang

² Hasi Wawancara dengan Ibu Melisa, Kamis, 6 Januari 2022.

³ Mohammad Ariq Irawan, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Terhadap Wakaf Uang (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Brawijaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam, 2020)*, hlm. 4.

⁴ Syifa fauziah & Salahuddin El Ayyubi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Wakif Terhadap Wakaf Uang Di Kota Bogor" Vol. 7, No. 1 (2019): hlm. 19.

terkena bencana alam. Dan Aksi Cepat Tanggap melakukan hal yang positif dalam melakukan kegiatan.⁵

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.⁶ 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. Dan Aksi Cepat Tanggap melakukan sosialisasi terhadap masyarakat dalam rangka pemahaman masyarakat terhadap lembaga Aksi Cepat Tanggap.⁷ Oleh karena itu, Aksi Cepat Tanggap berinisiatif untuk membantu kesulitan yang terjadi di masyarakat dengan program-program yang diberikan. Dengan memberikan bantuan wakaf modal usaha mikro, pembangunan masjid dan mushola, pembangunan rumah qur'an, wakaf sumur dan wakaf qur'an yang bertujuan untuk mengurangi masalah yang ada dimasyarakat.

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.

⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Febi, dkk, Kamis, 12 Januari 2022.

⁶ Andreas Soeroso, *Sosiologi* (Jakarta: Quadra, 2008), hlm. 81.

⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Wulandari, Jum'at, 4 Maret 2022.

Pengetahuan yang diperoleh secara langsung melalui praktik langsung yang ditangkap oleh panca indra disebut sebagai pengetahuan langsung.⁸

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. Dan mengetahui bahwa Aksi Cepat Tanggap Sangat membantu masyarakat hampir dua tahun dalam berbagai hal seperti memberi alat bantuan terkena bencana alam, bantuan modal usaha, dan memberikan bahan pokok untuk mensejahterakan masyarakat.⁹

Mengingat rendahnya minat berwakaf di Aksi Cepat Tanggap di kota Rantauprapat, penulis bermaksud melakukan penelitian mendalam mengenai minat masyarakat untuk berwakaf uang di aksi Cepat Tanggap (ACT). Untuk mengetahui lebih dalam sejauh mana pengaruh persepsi, sosialisasi dan pengetahuan terhadap minat masyarakat Rantauprapat. Untuk itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Persepsi, Sosialisasi, dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) di Kota Rantauprapat”**.

⁸ Nyoman Wijana, dkk, *PENGANTAR Filsafat Ilmu*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 3.

⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Ervina, Senin, 14 Maret 2022.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Masyarakat lebih dominan memberikan wakaf keagamaan seperti tanah masjid, makam lebih penting dari pada wakaf untuk tujuan pemberdayaan sosial.
2. Jumlah dana wakaf sangat sedikit mengakibatkan bertolak belakang untuk menjadikan wakaf uang sebagai penerima modal abadi.
3. Masyarakat kurang mengetahui tentang wakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) di Kota Rantauprapat yang membuat kesalah pahaman masyarakat dengan Aksi Cepat Tanggap (ACT).
4. Rendahnya realisasi dana wakaf dibanding target yang ditetapkan oleh Aksi Cepat Tanggap (ACT) di Kota Rantauprapat.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan berbagai masalah yang telah disebutkan di atas, peneliti membatasi masalah yang akan diteliti yaitu peneliti hanya fokus untuk meneliti masalah pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat berwakaf, pengaruh sosialisasi terhadap minat masyarakat berwakaf dan pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat berwakaf.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada persepsi berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat?
2. Apakah ada sosialisasi berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat?
3. Apakah ada pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat?
4. Apakah ada persepsi, sosialisasi, pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf secara bersama-sama pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat?

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel Merupakan konsep yang mungkin diukur dan dapat diberi nilai sehingga nilai subjek satu dengan yang lainnya.¹⁰ Defenisi Operasional variabel diperlukan untuk memudahkan pengukuran dalam penilaian variabel-variabel yang akan diteliti. Dalam pembahasan definisi operasional variabel ini peneliti akan menjelaskan beberapa variabel yang berhubungan dengan penelitian. Sehingga pembaca lebih mudah memahami serta menghindari kesalah pahaman dan penafsiran makna yang berbeda.

¹⁰ Nuryaman & Veronica Christina, *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 52.

Tabel 1.3
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1.	Persepsi (X1)	Tindakan menyusun, mengenali dan proses yang menyangkut masuknya suatu informasi kedalam otak manusia.	1. <i>Personal Effect</i> 2. <i>Cultural Effect</i> 3. <i>Physical Effect</i>	Ordinal
2.	Sosialisasi (X2)	Proses bagaimana memperkenalkan sistem pada seseorang, serta bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan dan sosialisasi ditentukan oleh lingkungan sosial, ekonomi, kebudayaan dimana individu tersebut berada.	1. Sosialisasi proses pemberitahuan kepada masyarakat 2. Meyakinkan dan melaksanakan sosialisasi 3. Menyambut dengan baik dan memberi penyuluhan 4. Memberikan pencerahan dan pelayanan 5. Melakukan pemasangan spanduk dan melalui media sosial	Ordinal
3.	Pengetahuan (X3)	Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman manusia itu sendiri.	1. Pengetahuan dan pemahaman 2. Aplikasi 3. Analisis 4. Sintesis dan Evaluasi	Ordinal
4.	Minat masyarakat Berwakaf (Y)	Minat merupakan seseorang yang dapat mendorong tercapainya tujuan. Seseorang yang tertarik dengan suatu obyek biasanya lebih memperhatikan atau	1. Faktor dari dalam (keinginan sendiri) 2. Faktor Motif Sosial 3. Faktor Emosional	Ordinal

		merasa lebih senang maupun bahagia terhadap obyek tersebut		
--	--	---	--	--

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi apakah berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT).
2. Untuk mengetahui sosialisasi apakah berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT).
3. Untuk mengetahui pengetahuan apakah berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT).
4. Untuk mengetahui persepsi, sosialisasi, pengetahuan apakah berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf secara bersama-sama pada Aksi Cepat Tanggap (ACT).

G. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah:

1. Bagi Peneliti

Hasi penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Bagi Lembaga Wakaf Pada Aksi Cepat Tanggap (ACT)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak Aksi Cepat Tanggap (ACT) mengenai minat masyarakat berwakaf.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini untuk menambahkan wawasan pengetahuan yang berharga khususnya bagi para pembaca pada umumnya. Selain ini sebagai sumber referensi dan informasi untuk memungkinkan penelitian selanjutnya mengenai pembahasan minat masyarakat berwakaf.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat mengenai makna dan fungsi serta berbagai kebermanfaatan mengenai wakaf di Aksi Cepat Tanggap Kota Rantauprapat.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penyusunan, penulis membagi skripsi ini menjadi beberapa bab dan setiap bab terdiri sub bab dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan mengenai latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan, yang pembahasannya yang melatarbelakangi sebuah masalah yang akan diteliti.

Bab II Berisi Landasan Teori yang terdiri dari: landasan teori yang menjelaskan uraian-uraian tentang teori atau konsep yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis penelitian.

Secara umum kerangka teori menjelaskan variabel-variabel penelitian dan peneliti membandingkan dengan penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian yang terdiri dari: lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, dan analisis data. Secara umum metodologi penelitian ini sebagai aturan yang digunakan pada saat penelitian.

Bab IV Berisi Hasil Penelitian dan Pembahasan menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yang dilakukan peneliti serta berisikan paparan data atau hasil penelitian dan pembahasan yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang diperoleh peneliti dan pembahasan yang merupakan hasil analisis peneliti terhadap permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian.

Bab V Penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan merupakan inti dari semua pembahasan yang diteliti. Saran adalah masukan-masukan yang berisikan pemikiran. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat Berwakaf

a. 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.¹¹ Minat ini akan berfungsi sebagai pendorong orang untuk berbuat berusaha dalam mencapai suatu tujuan. Minat ini sebagai faktor psikologis akan mempengaruhi proses pembentukan perkembangan. Dan dalam bagian tertentu, minat ini penting untuk mendorong setiap orang untuk bergerak dan senang akan sesuatu.

Menurut Crow yang dikutip dari Makmun Khairani sendiri menjelaskan bahwa faktor-faktor minat sendiri sebagai berikut:

1) Faktor Dari Dalam

Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat.

¹¹ Andi Thahir, *Psikologi Belajar*, (Lampung: LP2M UIN Raden Intan Lampung, 2013), hlm. 55

2) Faktor Motif Sosial

Minat sendiri terhadap objek atau sesuatu hal. Hal ini dipengaruhi dari dalam diri manusia serta motif sosial didalam kehidupan.

3) Faktor Emosional

Faktor ini sendiri merupakan ukuran intensitas yang menaruh perhatian terhadap kegiatan atau suatu objek tertentu.¹²

b. Pendapatan

Pendapatan juga menjadi sebuah alasan orang berwakaf. Jika pendapatan seseorang tidak melebihi akan suatu kebutuhan sehari-hari minat untuk berwakaf tidak menjadi sebuah tujuan. Apabila pendapatan melebihi dari kebutuhan sehari-hari minat untuk berwakaf akan menjadi sebuah tujuan dalam berwakaf di jalan Allah SWT. Pendapatan ialah tambahan harta yang diperoleh dari sumber yang diketahui dan bersifat tetap. Sumber pendapatan dapat bersifat material, seperti tanah atau non material seperti pekerjaan atau bisa dari keduanya. Sehingga pendapatan terbagi atas penghasilan, gaji, upah dan keuntungan. Islam telah menganjurkan berwakaf atas kekayaan juga mensunahkan shodaqah, infaq dan juga wakaf uang atas pendapatan.

¹² Makmun Khairani, *Psikologi Belajar*, (Yogyakarta: Raja Grafindo, 2003), hlm. 114.

c. Hubungan Pendapatan terhadap Minat Wakaf¹³

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.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat wakaf¹⁴

Faktor yang mempengaruhi minat yang mana dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1) Faktor internal

Faktor internal adalah sesuatu yang datang dari dalam diri. Menurut Reber dalam Muhibbin, faktor internal tersebut adalah “pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan”.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah sesuatu yang datang dari luar diri, seperti: dorongan dari orang tua, dorongan dari guru dan rekan, tersedianya prasarana dan sarana atau fasilitas, serta keadaan lingkungan.

¹³ Aris Puji Purwatiningsih, *Masyarakat Kota Semarang dan Filantropi Islam*, (Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, 2019), hlm. 88.

¹⁴ Lutfi Nurtika, *Strategi Meningkatkan Minat Baca Pada Masa Pandemi*, (Jawa Tengah: Lutfi Gilang, 2021), hlm. 61.

2. Wakaf

a. Pengertian Wakaf

Kata wakaf berasal dari bahasa arab “*waqafa*” berarti “menahan” atau “berhenti” atau “diam ditempat” atau “tetap berdiri”. Wakaf secara bahasa adalah menahan.¹⁵ Wakaf adalah sesuatu yang dengan mempertahankan substansinya membuahakan hasil/manfaat dan yang terhadap harta tersebut pemilik telah meninggalkan hak pengalihan dengan ketentuan bahwa hasil manfaat digunakan untuk tujuan kebaikan yang telah ditentukan oleh pemberi wakaf.¹⁶

Disebut menahan karena wakaf ditahan dari kerusakan, penjualan dan semua tindakan yang tidak sesuai tujuan wakaf. Selain itu dikatakan menahan juga karena manfaat dan hasilnya ditahan dan dilarang bagi siapapun selain dari orang-orang yang berhak atas wakaf tersebut.

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*.¹⁷

¹⁵ Qodariah, dkk, *Fikih, Zakat, Sedekah, Dan Wakaf* (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 206.

¹⁶ Azhari Akmal & Agustianto, *Wakaf Produktif dan Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Medan: IAIN Press, 2020), hlm. 39.

¹⁷ Abdul Halim, *Hukum Perwakafan Di Indonesia* (Jakarta: Ciputat Press, 2005), hlm. 9.

b. Jenis-Jenis Wakaf¹⁸

Wakaf di tinjau dari peruntukkan benda wakaf (*mauqufalah*) maka pada dasarnya wakaf dapat dibedakan menjadi:

1) Wakaf Ahli (*Dzurri*)

Wakaf ahli biasa juga disebut dengan wakaf keluarga yaitu wakaf yang dilakukan oleh wakif kepada kerabat dan keluarganya. Dbolehkannya wakaf ahli ini sesuai dengan hadist nabi yang diriwayatkan oleh imam Al-Bukhari dan muslim dari Anas bin malik tentang adanya wakaf keluarga Abu Thalhah kepada kaum kerabatnya. Di ujung hadis tersebut dinyatakan sebagai berikut:

“Aku telah mendengar ucapanmu tentang hal tersebut. Saya berpendapat sebaiknya kamu memberikannya untuk para keluarga dan anak-anak pamannya.”

Setelah mendengar ucapan nabi tersebut maka Abu Thalhah kemudian langsung melaksanakan perintah nabi yaitu mewakafkan kebun tersebut kepada kaum kerabatnya. Menurut Syekh Said Sabiq dalam kitabnya *Fiqh As-Sunnah* menjelaskan bahwa wakaf yang dilakukan oleh Abu Thalhah tersebut merupakan asal mula wakaf ahli.

2) Wakaf Khairi

Menurut Syekh aid Sabiq mengatakan bahwa wakaf khairi adalah wakaf kepada jalan kebaikan secara umum. Jika ditinjau

¹⁸ Hujrman, *Hukum Perwakafan Di Indonesia* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 10.

dari segi manfaatnya maka wakaf ini sejalan dengan hadist nabi tentang wakaf yang dilakukan oleh Umar Bin Khattab serta sangat penting dalam tatanan substansi perwakafan yaitu sebagai upaya dalam mensejahterakan umat.

Sedangkan jika ditinjau dari aspek hukum positif maka wakaf pada dasarnya hanya mengacu pada wakaf khairi atau wakaf umum. Hal ini ditandai dengan pengertian wakaf menurut pasal 1 yang menyatakan bahwa wakaf adalah perbuatan hukum wakif untuk memisahkan dan menyerahkan sebagai harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan kesejahteraan umum menurut syariah.

c. Aspek Hukum Wakaf¹⁹

Wakaf menurut jumbuh fudha' (mayoritas ulama fikih) hukumnya adalah sunnah dan menurut mazhab hanafi hukumnya mubah. Beberapa dalil mengenai pensyariaan wakaf.

1) Adapun terdapat dalam Al-Qur'an

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ۚ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ

اللَّهُ بِهِ عَلِيمٌ ﴿٣١﴾

Artinya: “Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan seahagian harta yang

¹⁹ Nurul Azizah, *Problematika Wakaf (Dari Fiqih Hingga Fenomena Wakaf Di Indonesia)* (Indonesia: Guepedia, 2022), hlm. 10.

kamu cintai. dan apa saja yang kamu nafkahkan Maka Sesungguhnya Allah mengetahuinya”.²⁰ (QS. Ali Imran {3} : 92).

Makna ayat: seseorang tidak akan sampai kepada kebajikan hakiki dan tida menjadi seseorang yang berbakti kepada Allah kecuali bila ia menginfakkan harta miliknya yang berkualitas baik dan ia cintai. Bila jiwa bersikap kikir, tidak meninfakkan sesuatu apapun atau berinfak dengan harta yang berkualitas rendah, maka mereka terjatuh dari kebenaran klaim keimanan dan ketaatan mereka kepada Tuhan Maha Penolong. Apapun yang diinfakkan oleh manusia, baik berkualitas tinggi maupun berkualitas rendah, sesungguhnya Allah maha mengetahuinya. Keikhlasan orang-orang yang berinfak atau sikap riya mereka tidak sedikitpun tersembunyi.

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. Sebeb turunnya ayat ini adalah berbagi kejadian menakjubkan tentang aksi infak para sahabat Rasulullah. Abu Thalhah 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 seperti Zaid

²⁰ Hasan Mansur, *Wakaf dan Pemberdayaan Umat* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm. 14.

merasa keberatan, lalu Rasulullah saw. Bersabda kepadanya, “*Ketahuilah, sesungguhnya Allah telah menerima sedekahmu*”. Sedangkan, Umar ibnul Khathab memerdekakan budak perempuan terbaik yang ia miliki, berasal dari tawanan Jalula’, maka sedekah yang diterima adalah sedekah dari harta yang dicintai, yang berat untuk dikeluarkan dan lebih diutamakan untuk dimiliki, sehingga mengeluarkan harta tersebut berarti menundukkan jiwa dan membersihkannya dari sifat kikir dan bakhtil.²¹

2) Hadits

Hadis Nabi yang lebih tegas menggambarkan dianjurkannya ibadah wakaf, yakni perintah Nabi kepada Umar ra untuk mewakafkan tanahnya yang ada di Khaibar, “Dari Ibnu Umar ra berkata bahwa sahabat Umar ra memperoleh sebidang tanah di Khaibar, kemudian menghadap kepada Rasulullah untuk memohon petunjuk. Umar berkata, “Ya Rasulullah, saya mendapatkan sebidang tanah di Khaibar, saya belum pernah mendapatkan harta sebaik itu maka apakah yang engkau perintahkan kepadaku? Rasulullah menjawab, “Bila kamu suka, kamu tahan (pokoknya) tahan itu dan kamu sedekahkan (hasilnya)”. Kemudian Umar melakukan sedekah, tidak dijual, tidak diwariskan, dan tidak juga dihibahkan. Berkata Ibnu Umar,

²¹ Wahbah Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Wasith* (Jakarta: Gema Isani, 2012), hlm. 193.

“Umar menyedekahkannya kepada orang-orang fakir, kaum kerabat, budak belian, sabilillah, ibnu sabil dan tamu. Dan tidak mengapa atau tidak dilarang bagi yang menguasai tanah wakaf itu (pengurusnya) makan dari hasilnya dengan cara baik (sepantasnya) atau makan dengan tidak bermaksud menumpuk harta”. (HR.Muslim).²²

3) Ijma’

Wakaf telah dilakukan oleh para sahabat dan tidak ada yang menolak atau mengharamkannya, maka menjadi kesepakatan dan ijma’ dari para sahabat. Hal tersebut ditulis oleh Al-‘Ayni dalam kitab Al-‘Umdah Al-Qori’ Syarh Al-Bukhori dan An-Nawawi dalam kitab Syarh Shahih Muslim.

d. Fatwa DSN MUI Tentang Wakaf²³

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.²⁴ Fatwa tersebut menjelaskan bahwa: “Menahan harta yang dapat dimanfaatkan tana lenyap bendanya atau pokoknya dengan cara tidak melakukan tindakan hukum terhadap

²² Muhammad Syafi’i, *Arah Manajemen Wakaf*, (Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi, 2020), hlm. 71.

²³ Yudi Haryadi, *Optimalisasi Wakaf Tunai Menjadi Wakaf Produktif* (Bandung: Pustaka Prima, 2020), hlm. 98.

²⁴ Muhammad Syafi’i, *Arah Manajemen Wakaf (Tradisional Modern)*, (Jember: CV. Pustaka Abadi, 2017), hlm. 71.

benda tersebut (baik berupa menjual, memberikan atau mewariskan) untuk disalurkan (hasilnya) pada sesuatu yang mubah (tidak haram) yang ada.

3. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan tindakan menyusun, mengenali dan proses yang menyangkut masuknya suatu informasi kedalam otak manusia. proses akhir dari pengamatan yang diawali oleh proses pengindraan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh alat indra, kemudian individu ada perhatian, lalu diteruskan ke otak dan kemudian individu menyadari tentang sesuatu yang dinamakan persepsi.²⁵ Proses persepsi selain merespon terhadap stimulus tetapi juga pengalaman-pengalaman yang dialami individu menjadi satu kesatuan dengan stimulasi yang didapat sehingga seseorang tersebut dapat mempersepsikan sesuatu.²⁶

b. Jenis-Jenis Persepsi²⁷

Menurut Irwanto, setelah individu melakukan interaksi dengan obyek-obyek yang di persepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

²⁵ Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan* (Jakarta: EGC, 2004), hlm. 93.

²⁶ Rudi G. Erwinsyah & Bilal As'adhanayadi, *Sikap dan Persepsi Masyarakat Berpendapat Rendah Terhadap Imbauan Jaga jarak* (Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Sosial, 2020), hlm. 8.

²⁷ Irwanto, *Psikologi Umum, Buku PANDUAN mahasiswa*, (Jakarta: PT. Prehallindo, 2002), hlm. 71.

- 1) Persepsi positif. Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang di teruskan dengan upaya pemanfaatannya. Serta penilaian individu terhadap suatu objek atau informasi dengan pandangan positif atau sesuai dengan yang diharapkan dari obyek yaang dipersepsikan daan dari aturan yang ada. Penyebab munculnya persepsi positif seseorang karena adanya kepuasan individu terhadap obyek yang menjadi sumber persepsinya, adanya pengetahuan individu serta adanya pengalaman individu terhadap obyek yang dipersepsikan. Hal ini pesan yang disampaikan bisa diterima oleh sipenerima pesan.²⁸
- 2) Persepsi negatif. Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan obyek yang di persepsi. Serta penilaian individu terhadap suatu objek atau informasi dengan pandangan negatif, berlawanan dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan dari aturan meskipun objek atau stimulusnya sama. Penyebab munculnya persepsi negatif adalah adanya ketidakpuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya ketidaktahuan individu serta tidak adaya kepuasan individu terhadap objek yang dipersepsikan atau sebaliknya.

²⁸ Asriandi, Irwanto dan Aditya Wardhana, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 69.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi seseorang tidak timbul begitu saja tentu ada faktor-faktor yang mempengaruhinya.²⁹ Menurut Gifford dalam kutipan buku Sukatin, juga menyebutkan bahwa persepsi manusia dipengaruhi oleh beberapa hal faktor tersebut yaitu :

1) *Personal Effect*³⁰

Dalam hal ini disebutkan bahwa karakteristik dari individu dihubungkan dengan perbedaan persepsi terhadap lingkungan. Hal tersebut, sudah jelas akan melibatkan beberapa faktor antara lain kemampuan perseptual, pengalaman atau pengenalan terhadap kondisi lingkungan. Kemampuan perseptual masing-masing individu akan berbeda-beda dan melibatkan banyak hal yang berpengaruh sebagai latar belakang persepsi yang keluar.

Proses pengalaman atau pengenalan individu terhadap kondisi lingkungan lain yang dihadapi, pada umumnya mempunyai orientasi pada kondisi lingkungan lain yang telah dikenal sebelumnya dan secara otomatis akan menghasilkan proses perbandingan yang menjadi dasar persepsi yang dihasilkan.

2) *Cultural Effect*

Memandang bahwa konteks kebudayaan yang dimaksud berhubungan dengan tempat asal atau tempat tinggal seseorang.

²⁹ Dudih Sutrisman, *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, dan Mahasiswa* (Jakarta: Guepedia, 2020), hlm. 80.

³⁰ Sukatin, Andri Astuti, dan Zulqarnain, *Psikologi Manajemen*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021), hlm. 20.

Budaya yang dibawa dari tempat asal dan tinggal seseorang akan membentuk cara yang berbeda bagi setiap orang tersebut dalam “melihat dunia”. Selain itu, *Giffrod* menyebutkan bahwa faktor pengetahuan juga dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap lingkungan dalam konteks kebudayaan.

3) *Physical Effect*

Kondisi alamiah dari suatu lingkungan akan mempengaruhi persepsi seseorang yang mengamati, mengenali dan berbeda dalam lingkungan tersebut. Lingkungan dengan atribut dan elemen pembentuknya yang menghasilkan karakter atau tipikal tertentu akan menciptakan identitas bagi lingkungan tersebut.

4. Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi³¹

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.

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

³¹ Andreas Soeroso, *Sosiologi* (Jakarta: Quadra, 2008), hlm. 81.

sehingga dapat berfungsi dengan baik sebagai individu maupun anggota kelompok.³²

b. Tujuan Sosialisasi

Menurut Bruce J. Cohen, sosialisasi memiliki beberapa tujuan, sebagai berikut:

- a. Sosialisasi proses pemberitahuan kepada masyarakat. Dengan adanya pemberitahuan tersebut tujuannya untuk kebutuhan melangsungkan hidup seseorang kelak ditengah masyarakat dimana individu tersebut sebagai anggota masyarakat.
- b. Meyakinkan dan melaksanakan sosialisasi. Dengan tujuan untuk mengetahui lingkungan sosial budaya baik lingkungan sosial tempat individu bertempat tinggal termasuk lingkungan sosial tempat individu bertempat tinggal termasuk lingkungan sosial yang baru agar terbiasa dengan nilai dan norma sosial yang ada pada masyarakat.³³
- c. Menyambut dengan baik dan memberi penyuluhan. Agar masyarakat sekitar bertujuan untuk membantu pengendalian fungsi organik yang dipelajari melalui latihan mawas diri yang tepat
- d. Memberikan pencerahan dan pelayanan. Dengan tujuan membantu masyarakat mampu berkomunikasi secara efektif dan efisien serta mengembangkan kemampuannya.

³² Khairani Kurniawati, *Sosialisasi Kepribadian*, (Yogyakarta: Setra Edukasi Media, 2018), hlm. 7.

³³ Trisni Andayani, Ayu Febryani, dan Dedi Andriansyah, *Pengantar Sosiologi*, (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 131.

- e. Melakukan pemasangan spanduk dan melalui media sosial. Bertujuan untuk menanamkan nilai dan kepercayaan kepada seseorang yang mempunyai tugas pokok dalam masyarakat.

c. Jenis Sosialisasi³⁴

Sosialisasi dilihat dari jenis dapat dibedakan menjadi berikut ini.

1) 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.

2) 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.

³⁴ Sugiharyanto, *Geografi dan Sosialisasi* (Jakarta: Quadra, 2006), hlm. 61.

d. Media Sosialisasi³⁵

Ada lima media sosialisasi yang biasa dipakai untuk sosialisasi adalah:

1) Keluarga

Keluarga merupakan orang pertama yang mengajarkan hal-hal yang berguna bagi perkembangan dan kemajuan hidup manusia adalah anggota keluarga. Oleh karena itu keluarga dikatakan sebagai tempat pertama dan utama dalam sosialisasi.

2) Teman Bergaul

Teman bergaul ditemukan pertama kali ketika anak mampu bepergian kerumah pada awalnya teman sepergaulan dimaksudkan sebagai kelompok rekreatif, namun dapat memberi pengaruh proses sosialisasi setelah keluarga. Puncak pengaruhnya pada masa remaja kelompok bermain lebih banyak berperan dalam membentuk kepribadian seseorang individu. Perbedaan pada keluarga melibatkan hubungan tidak sederajat seperti perbedaan usia, pengalaman, dan peran.

3) Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja merupakan proses sosialisasi lanjutan, ditempat kerja itulah seseorang mulai berorganisasi secara nyata dalam suatu system. Dan kemudian menyadari bahwa dirinya merupakan bagian dari system tersebut.

³⁵ Amany, Azizah, dan Husmiaty, *Ketahanan Keluarga Dalam Persepektif Islam*, (Jakarta: Pustaka Cendikiawan Muda, 2018), hlm. 27.

4) Media Massa

Media massa sebagai sarana dalam proses sosialisasi karena media ini, banyak memberikan informasi yang dapat menambah wawasan untuk lebih memberikan dan memahami keberadaan manusia dan permasalahan yang ada disekitarnya.

5) Media Teknologi Informasi

Perannya tidak hanya mempengaruhi satu aspek kehidupan masyarakat, melainkan hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, tidak terkecuali bidang politik, ekonomi, sosial, dan budaya suatu masyarakat. Hal ini disebabkan perkembangan teknologi komunikasi yang semakin mengaburkan batas antara satu negara dengan negara lain, menjadikan minimnya batas ruang dan waktu antara satu individu dengan individu lain yang berada diseluruh penjuru dunia.

e. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sosialisasi³⁶

Ada lima faktor utama yang mempengaruhi sosialisasi seseorang, faktor tersebut antara lain:

1) Sifat Dasar

Sifat dasar seseorang meliputi karakter, watak, serta sifat emosional.

2) Lingkungan Prenatal

³⁶ Waluyo, Suwardi, Agung Feryanto, dan Tri Haryanto, *Ilmu Pengetahuan Sosial* (Jakarta: PT. Gramedia, 2008), hlm. 50.

Lingkungan prenatal merupakan lingkungan manusia sebelum lahir ataupun lingkungan embrio.

3) Perbedaan Perorangan

Setelah lahir seorang anak akan tumbuh dewasa dengan karakteristiknya sendiri-sendiri. Setiap anak mempunyai karakteristik berbeda-beda.

4) Lingkungan

Lingkungan merupakan kondisi sekitar individu baik lingkungan alam, kebudayaan, dan masyarakat yang dapat mempengaruhi proses sosialisasi. Kondisi lingkungan sekitar tidak menentukan tetapi mampu mempengaruhi dan membatasi proses sosialisasi seseorang.

5) Motivasi

Motivasi merupakan kekuatan dalam diri seseorang yang menggerakkan seseorang untuk berbuat sesuatu. Motivasi yang dimiliki seseorang mampu mempengaruhi seseorang tersebut dalam bersosialisasi, orang yang mempunyai motivasi besar dalam bersosialisasi tentu berbeda apabila dibandingkan dengan seseorang yang tidak mempunyai motivasi.

5. Pengetahuan

a. Pengertian pengetahuan

Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang menjadi pengetahuan masyarakat, yang dikembangkan dari hasil belajar melalui pengalaman hidup mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup.³⁷

b. Tingkat Pengetahuan³⁸

Terdapat enam tingkat pengetahuan, yaitu:

- 1) Mengetahui merupakan tingkat pengetahuan paling rendah, tahu adalah dapat mengingat kembali suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Ukuran bahwa seseorang itu tahu adalah ia dapat menyebutkan, menguraikan, mendefinisikan dan menyatakan.
- 2) Memahami merupakan kemampuan untuk menjelaskan menginterpretasikan dengan benar tentang objek yang diketahui. Seseorang yang telah paham tentang sesuatu harus dapat menjelaskan, memberikan contoh dan menyimpulkan.³⁹
- 3) Aplikasi merupakan kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi nyata atau dapat menggunakan hukum-hukum, rumus, metode dalam situasi nyata.
- 4) Analisis merupakan kemampuan untuk menguraikan objek kedalam bagian-bagian lebih kecil, tetapi masih didalam suatu struktur objek tersebut dan masih terkait satu sama lain.

³⁷ Dessy Diandra, *Pengantar Antropologi*, (Yogyakarta: Diva Press, 2021), hlm. 65.

³⁸ Utami Dewi, Nurul Aini, dan Vina Jayanti, *Pengabdian Kepada Masyarakat*, (Indonesia: Mitra Cendikia Media, 2020), hlm. 149.

³⁹ Sunaryo, hlm. 25.

- 5) 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.
- 6) Evaluasi merupakan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu objek, evaluasi dapat menggunakan kriteria yang telah ada atau disusun sendiri.

c. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengetahuan⁴⁰

Menurut faktor yang mempengaruhi pengetahuan antara lain:

- 1) Faktor pendidikan semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang, maka akan semakin mudah untuk menerima informasi tentang objek atau berkaitan dengan pengetahuan. Pengetahuan umumnya dapat diperoleh dari informasi yang disampaikan oleh orang tua, guru dan media masa.
- 2) Faktor minat sebagai kecenderungan atau keinginan yang tinggi terhadap sesuatu. Minat menjadikan seseorang untuk mencoba dan menekuni sesuatu hal, sehingga seseorang memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam.
- 3) Faktor pengalaman seseorang sangat mempengaruhi pengetahuan, semakin banyak pengalaman seseorang tentang suatu hal, maka akan semakin bertambah pula pengetahuan seseorang hal tersebut,

⁴⁰ Sri Rahma, Nur Afni Ponseng, dan Rosnania, *Kepatuhan Masyarakat Dalam Penggunaan Masker Sebagai Salah Satu Upaya Pencegahan Covid-19*, (Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2021), hlm. 32.

pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau angket yang menyatakan tentang isi materi yang ingin diukur dari subjek penelitian atau responden.

- 4) Usia dengan bertambahnya umur seseorang akan mengalami perubahan aspek fisik dan psikologis.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menurut uraian sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji penelitian mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya.⁴¹

Beberapa penelitian terdahulu yang telah diteliti dengan konsep yang sama dan berdekatan dengan penelitian ini telah ada, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul ini kembali.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1.	Juniarni Mawardah (Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017)	Faktor-Faktor Keperilakuan Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Kota Yogyakarta Untuk Mengeluarkan Wakaf Tunai.	Berdasarkan hasil penelitian motivasi dan kepercayaan berpengaruh terhadap variabel keputusan masyarakat Yogyakarta untuk mengeluarkan wakaf tunai, dengan hasil motivasi memiliki $t_{hitung} (4,108) > t_{tabel} (1,282)$ dan hasil kepercayaan $t_{hitung} (7,019) > t_{tabel} (1,282)$, sedangkan variabel

⁴¹ Taufiqur Rahman, *faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman Masyarakat Terhadap Wakaf Tunai* (IAIN Metro, 2019), hlm. 7.

			pengetahuan, persepsi dan sikap tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat kota Yogyakarta untuk mengeluarkan wakaf tunai, dengan hasil pengetahuan $t_{hitung} (-0,336) < t_{tabel} (1,282)$, hasil persepsi $t_{hitung} (-0,561) < t_{tabel} (1,282)$, dan sikap $t_{hitung} (-0,940) < t_{tabel} (1,282)$
2.	Ash-Shadiqqy (Jurnal UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018).	Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan, dan Akses Informasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Berwakaf Uang di badan Wakaf Tunai MUI DIY	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan, jarak lokasi, tingkat pendidikan, dan akses informasi tidak memengaruhi minat masyarakat untuk membayar wakaf tunai.
3.	Arum Cempaka Sari (Skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2018).	Pengaruh Sosialisasi, Religiusitas, dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Wonosari Untuk Berwakaf Tunai di BMT Dana Insani Gunungkidul.	Berdasarkan hasil penelitian sosialisasi dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat wonosari untuk berwakaf tunai di BMT dana Insani Gunungkidul, sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berwakaf di BMT dana Insani Gunungkidul. Hasil variabel pengetahuan $t_{hitung} (2,868) > t_{tabel} (1,985)$ dan hasil variabel sosialisasi $t_{hitung} (4,798) > t_{tabel} (1,985)$.
4.	Yuliana dan Khoirul (Jurnal	Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa

	Ekonomi Islam, 2019).	Wakaf Uang Terhadap Minat Berwakaf Uang di Kota Surabaya.	variabel persepsi masyarakat tentang wakaf uang berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berwakaf uang di Kota Surabaya.
5.	Riska Andriani, Fauziah (Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2020)	Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Dusun Termanuk Desa Sumberjo Kecamatan Wonomulyo Untu Berwakaf Tunai Di Baitul Maal As'Adiyah Wonomulyo	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi berpengaruh terhadap minat berwakaf tunai dengan hasil $t_{hitung} (4,940) > t_{tabel} (1,992)$.
6.	Cupian dan Nurun Najmi (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2020).	Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Wakaf Uang di Kota Bandung.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap wakaf uang dipengaruhi secara signifikan oleh faktor internal yaitu pemahaman tentang wakaf uang dan faktor eksternal yaitu kemudahan dalam berwakaf uang.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas adanya persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang minat masyarakat berwakaf, sedangkan perbedaannya, yaitu :

1. Juniarni Mawardah meneliti tentang Faktor-Faktor keperilakuan Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Kota Yogyakarta Untuk Mengeluarkan Wakaf Tunai. Perbedaan penelitian ini adalah masyarakat di Kota Rantauprapat. Variabel peneliti ini menggunakan persepsi (X1), sosialisasi, pengetahuan, dan minat berwakaf. Sedangkan Juniarni Mawardah melakukan penelitian ini masyarakat di kota Yogyakarta.

Variabel yang digunakan oleh juniardi adalah motivasi, pengetahuan, persepsi, Kepercayaan dan keputusan. Persamaan dengan peneliti ini dengan peneliti terdahulu yaitu sama-sama menggunakan variabel persepsi dan pengetahuan.

2. Ash-Shadiqqy meneliti tentang Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan, dan Akses Informasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Berwakaf Uang di badan Wakaf Tunai MUI DIY. Perbedaan peneliti ini melakukan wakaf tunai pada lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) sedangkan penelitian Ash-Shadiqqy melakukan wakaf tunai pada badan Wakaf Tunai MUI DIY. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan variabel Y yaitu minat masyarakat berwakaf.
3. Arum Cempaka Sari meneliti tentang Pengaruh Sosialisasi, Religiusitas, dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Wonosari Untuk Berwakaf Tunai di BMT Dana Insani Gunungkidul. Perbedaan peneliti ini adalah masyarakat di kota Rantauprapat. Sedangkan Penelitian Arum adalah masyarakat daerah Wonosari. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama variabel pengetahuan dan sosialisasi berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf.
4. Yuliana dan Khoirul meneliti tentang Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Wakaf Uang Terhadap Minat Berwakaf Uang di Kota Surabaya. Perbedaan peneliti ini melakukan variabel independen terdiri dari 3 variabel yaitu persepsi, sosialisasi dan pengetahuan. Sedangkan penelitian

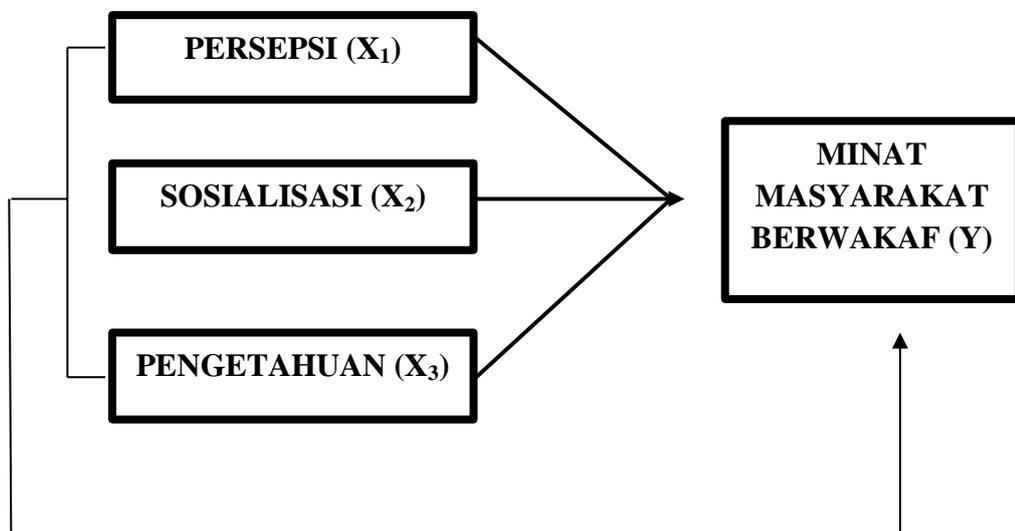
yuliana dan khoirul melakukan variabel independen terdiri dari 1 variabel yaitu variabel persepsi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan variabel Y yaitu minat masyarakat berwakaf.

5. Riska Andriani dan Fauzia meneliti tentang Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Dusun Termanuk Desa Sumberjo Kecamatan Wonomulyo Untu Berwakaf Tunai Di Baitul Maal As'Adiyah Wonomulyo. Perbedaan peneliti ini dilakukan oleh Aksi Cepat Tanggap (ACT), sedangkan Riska Andriani dan Fauzia dilakukan oleh Baitul Maal As'Adiyah Wonomulyo. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan variabel Y yaitu minat masyarakat berwakaf.
6. Cupian dan Najmi meneliti tentang Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Wakaf Uang di Kota Bandung. Perbedaan peneliti ini melakukan penelitian di kota Rantauprapat, sedangkan penelitian Cupian dan Najmi melakukan penelitian di kota Bandung. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan variabel Y yaitu minat masyarakat berwakaf.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan suatu yang berhubungan antara variabel satu dengan memengaruhi variabel lainnya, artinya ada yang dipengaruhi dan ada yang memengaruhi.⁴²

Gambar II.2
Kerangka pikir



Berdasarkan kerangka pikir di atas dapat dijelaskan bahwa persepsi tidak memengaruhi minat masyarakat berwakaf. Bahwa minat masyarakat berwakaf dipengaruhi dua faktor yaitu sosialisasi mempengaruhi minat masyarakat berwakaf dan pengetahuan mempengaruhi minat masyarakat berwakaf. Serta persepsi, sosialisasi, dan pengetahuan bersamaan mempengaruhi minat masyarakat berwakaf.

⁴² Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 53.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang perlu di uji kebenarannya, yaitu pernyataan tentang suatu konsep yang masih bersifat sementara dan harus diuji kebenarannya, hipotesis sering diartikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Adapun hipotesis peneliti sementara yaitu:

H_{a2} : Ada pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Kota Rantauprapat.

H_{o1} : Tidak ada pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Kota Rantauprapat.

H_{a2} : Ada pengaruh sosialisasi terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Kota Rantauprapat.

H_{o2} : Tidak ada pengaruh sosialisasi terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Kota Rantauprapat.

H_{a3} : Ada pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Kota Rantauprapat.

H_{o3} : Tidak ada pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Kota Rantauprapat.

H_{a4} : Ada pengaruh persepsi, sosialisasi, pengetahuan terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Kota Rantauprapat.

H_{o4} : Tidak ada pengaruh persepsi, sosialisasi, pengetahuan terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Kota Rantauprapat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai pada bulan September 2021 sampai dengan Januari 2023. Adapun lokasi penelitian ini pada Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) di Kota Rantau Prapat, Kec. Rantau Utara.

B. Jenis Penelitian

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.⁴³

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian kesimpulannya.⁴⁴ Berdasarkan pernyataan di atas maka populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat kecamatan Rantau Utara dengan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan ditahun 2021 yaitu sebesar 97. 467 jiwa.⁴⁵

⁴³ Agmadi Alga, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Putaka Pelajar, 2003), hlm. 13.

⁴⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 61.

⁴⁵ <https://labuhanbatukab.bps.go.id/indicator/40/34/1/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin.html>.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.⁴⁶ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sample*. Purposive sampel adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat dikecamatan Rantau Utara, untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini, penelitian menggunakan rumus Slovin, dengan menggunakan tingkat kesalahan 10% atau 0,1 yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran Populasi

e = batas toleransi kesalahan

Jadi :
$$n = \frac{97.467}{1 + (97.467)(0,1)^2}$$

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 62.

$$n = \frac{97.467}{1 + 974,67}$$

$$n = 99,89 / 100 \text{ Responden}$$

Berdasarkan rumus dan rincian diatas, diputuskan jumlah sampel sebanyak = 100 Responden

Karakteristik responden berdasarkan jumlah penduduk ditahun 2021 dilihat dari jenis kelamin yaitu menguraikan jenis kelamin responden laki-laki dan perempuan. Hal ini dapat disajikan melalui tabel III.1 berikut:

Tabel III.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dikecamatan Rantau Utara

Kecamatan	Jenis Kelamin (Jiwa)		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Rantau Utara	48.709	48.758	97.467

Sumber: Diolah dari data primer, 2022

D. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu data primer dan sekunder:

- a. 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.
- b. Data Sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain.⁴⁷

Data skunder juga merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh

⁴⁷ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 148.

orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.⁴⁸

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu jumlah penduduk Kecamatan Rantau Utara di kota Rantau Prapat.

E. Teknik Pengumpulan Data

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.⁴⁹ Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Teknik 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.⁵⁰ Adapun responden dalam penelitian ini ialah masyarakat di kecamatan Rantau Utara.

Tabel III.2
Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Responden

Kategori Jawaban	Skor Pertanyaan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

⁴⁸ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2016), hlm. 16.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual SPSS* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 130.

⁵⁰ Rahmat, *Statistika* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 100.

Adapun indikator mengenai pengaruh persepsi, sosialisasi, dan pengetahuan terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat.

Tabel III.3
Kisi-Kisi Kuesioner Tentang Pengaruh Persepsi, Sosialisasi, dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf

No	Variabel X	Indikator	Nomor soal positif	Nomor soal Negatif
1.	Persepsi (X1)	4. <i>Personal Effect</i> 5. <i>Cultural Effect</i> 6. <i>Physical Effect</i>	1, 3, 5, dan 6 2, 4, 7, 8, 10 dan 11 9 dan 12	
2.	Sosialisasi (X2)	6. Sosialisasi proses pemberitahuan kepada masyarakat 7. Meyakinkan dan melaksanakan sosialisasi 8. Menyambut dengan baik dan memberi penyuluhan 9. Memberikan pencerahan dan pelayanan 10. Melakukan pemasangan spanduk dan melalui media social	1 dan 2 3 dan 4 5, 6, 7 8 dan 9 10 dan 11	
3.	Pengetahuan (X3)	5. Pengetahuan dan pemahaman	1, 6, 7	

		6. Aplikasi 7. Analisis 8. Sintesis dan Evaluasi	2 dan 5 3 dan 4 8 dan 9	
--	--	---	-------------------------------	--

Indikator mengenai minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat

Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat.

Tabel III.4
Kisi-Kisi Kuesioner Tentang Minat Masyarakat Berwakaf Pada Aksi
Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat.

No	Variabel Y	Indikator	Nomor soal positif	Nomor soal Negatif
1.	Minat Berwakaf (Y)	1. Faktor dari dalam (keinginan sendiri) 2. Faktor Motif Sosial 3. Faktor Emosional	1, 7, 9, dan 6 2, 3 dan 4 6 dan 8	

b. Teknik 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).⁵¹ Sebelum bertanya pewawancara harus mempersiapkan pertanyaan yang akan diajukan/diarahkan kepada pihak yang diwawancarai sebagai topik yang akan dibahas secara rinci dan jelas, peneliti melakukan wawancara pertama kepada responden dikecamatan Rantau Utara pada tanggal 12 Januari 2022.

⁵¹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 193.

c. 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 penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tempat mengelola data menjadi informasi dan sehingga menghasilkan karakteristik sifat-sifat dapat dipahami serta berguna untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.⁵² Dengan terkumpulnya data hasil dari pengumpulan data kemudian akan dilakukan analisis data menggunakan SPSS. Teknik yang digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang karena dianggap tidak relevan.⁵³ Uji validitas adalah kelayakan butir-butir atau pernyataan-pernyataan dalam daftar pernyataan dari responden. Daftar pernyataan ini biasanya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.

Pengujian validitas item dalam SPSS bisa menggunakan tiga metode analisis, yaitu *korelasi pearson*, *corrected item total correlation*,

⁵² Maman Abdur Rahman dan Samba Ali Muhidin, *Panduan Praktik Memahami Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 145.

⁵³ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 166.

dan analisis faktor.⁵⁴ “Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *kolerasi pearson moment* dengan aplikasi SPSS versi 22.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir-butir instrumen kinerja yang valid, dianalisis dengan Metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah *Cronbach Alpha*.⁵⁵

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas < 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 lebih baik.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak normal, metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *morte carto*. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi < 0,10 maka data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi > 0,10 maka data berdistribusi normal.⁵⁶

⁵⁴ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 166.

⁵⁵ Marsono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bogor: IN Media, 2014), hlm. 172.

⁵⁶ Dwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 94.

4. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan linier atau tidak. Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam analisis kolerasi person atau regresi linier.⁵⁷ Dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linier apabila nilai signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,10.⁵⁸

5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilihat adalah model regresi untuk peramalan memenuhi asumsi dalam regresi berganda. Tahap pengujian yang dilakukan adalah uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas antara variabel independen dalam model regresi hasil uji tersebut akan dijelaskan dibawah ini:

a) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan linear yang sempurna atau pati diantara beberaa atau semua variabel penjelasan (bebas) dari model regresi ganda. Pada penelitian ini digunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0,10 dengan $VIF < 10$.⁵⁹

⁵⁷ Dwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: C.V Andi, 2014), hlm. 79.

⁵⁸ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembanganya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 387.

⁵⁹ Danang Suyonto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2013), hlm.87

b) Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varians dan kesalahan pengguna tidak konstan untuk semua variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji glejser yaitu dengan menguji tingkat signifikannya. Pengujian ini dilakukan untuk merespon variabel X sebagai variabel independen dengan nilai signifikan variabel dependen. Apabila signifikan $> 0,10$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila signifikan $< 0,10$ berarti terjadi heteroskedastisitas.⁶⁰

6. Uji Hipotesis

a) Uji Signifikan Parsial (uji-t)

Pengujian terhadap koefisien regresi dengan menggunakan uji t merupakan pengujian yang dilakukan terhadap koefisien regresi secara individual dengan melihat pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai signifikansi yang digunakan adalah 0,10% Muhammad Firdaus memberikan penjelasan pada dasar minat berwakaf pengujian hipotesis secara parsial (t-test) yaitu:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

⁶⁰ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 170.

b) Uji Signifikan Simultan (uji-f)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap hitung dan F_{tabel} . Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu :

Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dalam variabel bebas mampu menjelaskan bersama-sama variabel berikut atau seberapa baik model regresi yang telah dibuat tersebut cocok dengan data yang ada. Semakin besar R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen.⁶¹

7. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda (*Multivariate Regression*) merupakan suatu model dimana variabel terikat tergantung dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat.⁶²

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 116.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 13.

Persamaan regresi linear berganda dapat dinyatakan dengan fungsi persamaan linear sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Masyarakat Berwakaf

α = Konstanta

$b_1b_2b_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = Persepsi

X_2 = Sosialisasi

X_3 = Pengetahuan

e = error

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas, maka persamaan yang berbentuk dalam penelitian ini adalah:

$$MMB = \alpha + b_1PSI + b_2SSI + b_3PTN + e$$

Dimana :

MMB = Minat Masyarakat Berwakaf

α = Konstanta

b_1,b_2,b_3 = Koefisien Regresi

PSI = Persepsi

SSI = Sosialisasi

PTN = Pengetahuan

e = error

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat

1. Sejarah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat

Aksi Cepat Tanggap (ACT) merupakan organisasi nirlaba profesional yang memfokuskan kerja-kerja kemanusiaan pada penanggulangan bencana mulai fase darurat samai dengan fase pemulihan pasca bencana. Di didirikan pada 21 April 2005, Aksi Cepat Tanggap (ACT) secara resmi diluncurkan secara hukum sebagai yayasan yang bergerak di bidang sosial dan kemanusiaan. Untuk memperluas karya, ACT mengembangkan aktivitasnya, mulai dari kegiatan tanggap darurat, kemudian mengembangkan kegiatannya ke program pemulihan pasca bencana, pemberdayaan dan pengembangan masyarakat, serta program berbasis spiritual seperti qurban, zakat, infaq, shadaqah dan wakaf.

Aksi cepat tanggap (ACT) di dukung oleh donatur publik dari masyarakat yang memiliki kepedulian yang tinggi terhadap permasalahan kemanusiaan dan juga partisipasi perusahaan melalui program kemitraan dan Corporate Social Responsibility (CSR), sebagai bagian dari akuntabilitas keuangannya ACT secara rutin memberikan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit oleh kantor akuntan publi kepada donatur dan pemangku kepentingan lainnya, serta mempublikasikannya melalui media massa.⁶³

⁶³ https://act.id/tentang/visi_misi

Sejak tahun 2012 ACT mentransformasi dirinya menjadi sebuah lembaga kemanusiaan global, dengan jangkauan aktivitas yang lebih luas. Pada skala lokal, ACT mengembangkan jejaring kesemua provinsi baik dalam bentuk jaringan relawan dalam wadah MRI (Masyarakat Relawan Indonesia) maupun dalam bentuk jaringan kantor cabang ACT. Jangkauan aktivitas program sekarang sudah sampai 30 provinsi dan 100 kabupaten/kota di seluruh Indonesia.

Pada skala global, ACT mengembangkan jejaring dalam bentuk representative person sampai menyiapkan kantor ACT di luar negeri. Jangkauan aktivis program global sudah sampai ke 22 negara dikawasan Asia Tenggara, Asia Selatan, Indocina, Timur Tengah, Afrika, dan Eropa Timur. Wilayah kerja ACT di skala global diawali dengan kiprah dalam setiap tragedi kemanusiaan berbagai belahan dunia seperti bencana alam, kelaparan dan kekeringan, konflik dan peperangan, termasuk penindasan terhadap kelompok minoritas berbagai negara.

Dengan spirit kolaborasi kemanusiaan, ACT mengajak semua elemen masyarakat dan lembaga kemanusiaan untuk terlibat bersama. Berbekal pengalaman selama puluhan tahun di dunia kemanusiaan, kami melakukan edukasi bersama, membuka jaringan kemitraan global yang menjadi sarana merajuk kemitraan berbagai lembaga amil zakat, komunitas peduli, artis dan publik figur yang memiliki visi yang sama untuk kemanusiaan.

Tahun 2014 menjadi awal bagi ACT untuk menjalin kolaborasi kemanusiaan dunia, bersama dengan visi baru: menjadi lembaga kemanusiaan global profesional, berbasis kedermawanan dan kerelawanan masyarakat global. Ingin mewujudkan peradaban dunia yang lebih baik. Menghadirkan sebuah dunia yang nyaman bagi umat manusia, dunia beradab dan memiliki peradaban mulai dibawah naungan cahaya ilahi. Cita-cita ini akan nyata dengan keterlibatan semua pihak memiliki keyakinan penuh, bantu untuk bersama mewujudkannya.

Aksi Cepat Tanggap kota Rantauprapat baru berdiri di tahun 2020 di jalan Sirandorung Rantauprapat kecamatan Rantau Utara, Provinsi Sumatera Utara. Jangkauan ACT Kota Rantauprapat sendiri mencakup seluruh wilayah kecamatan yang ada di kota Rantauprapat.

Dengan hadirnya ACT di kota Rantauprapat, menjadi awal bagi ACT untuk menjalin kolaborasi kemanusiaan dunia, menjadi lembaga kemanusiaan yang profesional, berbasis kedermawanan dan kerelawanan masyarakat global. Ingin mewujudkan peradaban dunia yang lebih baik. ACT mengembangkan jejaring kesemua kabupaten baik dalam bentuk jaringan relawan dalam wadah MRI (Masyarakat Relawan Indonesia) maupun dalam bentuk jaringan kantor cabang ACT.

Aksi Cepat Tanggap mengumpulkan dana dari masyarakat tidak hanya dana wakaf saja akan tetapi ada pengumpulan dana zakat, infaq, dan shadaqah, Aksi Cepat Tanggap (ACT) sering mengadakan penggalangan dana wakaf dengan menjalin kerjasama dengan pihak perusahaan, publik

atau perorangan. Pembayaran dana wakaf menyediakan berbagai metode bisa melalui online secara transfer maupun bisa berdonasi langsung ke kantor ACT kota Rantauprapat, mengajak masyarakat untuk peduli dan peka terhadap isu-isu krisis kemanusiaan, peristiwa ataupun bencana yang terjadi. ACT juga melakukan penggalangan dana dengan turun langsung ke jalan apabila ada bencana alam atau musibah seperti longsor, banjir, kebakaran. Jangkauan aktivitas program sekarang sudah terealisasi seperti wakaf modal usaha mikro, pembangunan masjid dan mushola, pembangunan rumah Qur'an, wakaf sumur dan waaf Al-Qur'an.

2. Visi Misi

a. Visi

Menjadi organisasi kemanusiaan global profesional berbasis kedermawanan dan kerelawanan masyarakat global untuk mewujudkan peradaban dunia yang lebih baik

b. Misi

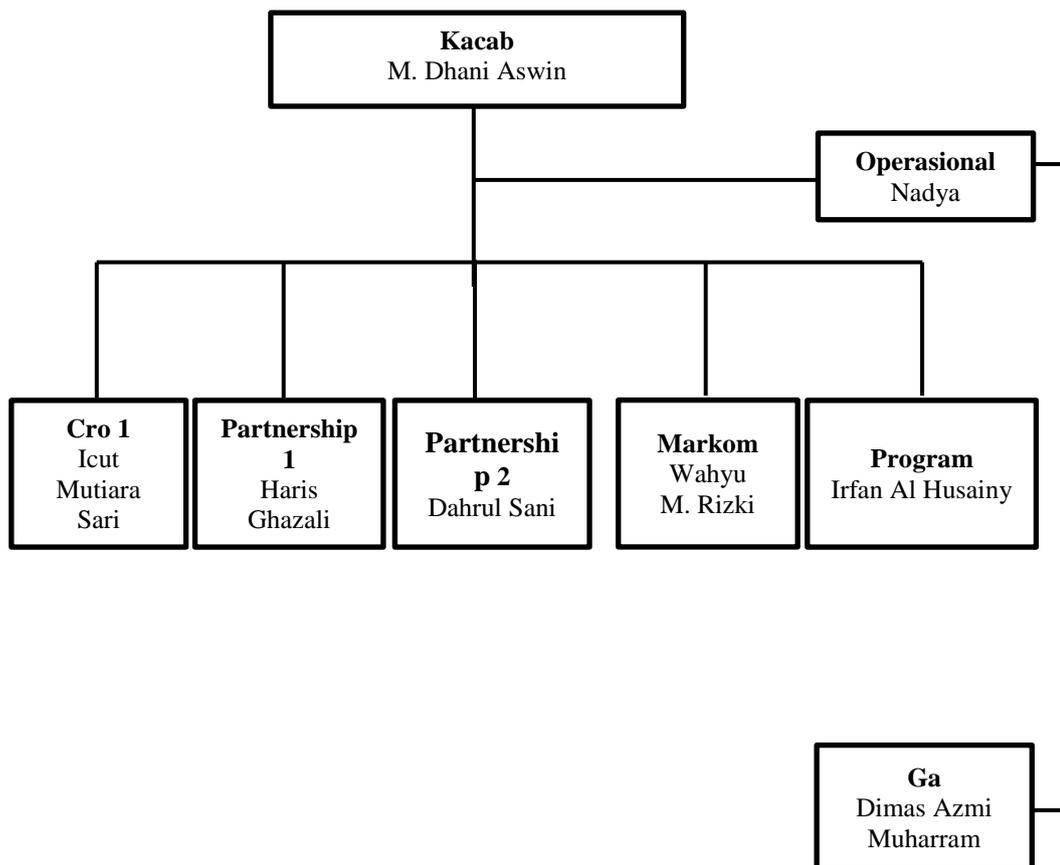
- 1) Mengorganisir dan mengelola berbagai persoalan kemanusiaan secara terencana, terkonsep, terintegrasi, dan berkesinambungan sehingga menjadi formula ideal dalam mengatasi berbagai problem kemanusiaan baik dalam skala lokal, nasional, regional, maupun global.
- 2) Mengorganisir dan mengelola segala potensi kedermawanan masyarakat global sebagai modal sosial untuk mengatasi berbagai

problem kemanusiaan baik dalam skala lokal, nasional, maupun global

- 3) Mengorganisir dan mengelola segala potensi kerelawanan global sebagai modal sosial untuk mengatasi berbagai problem kemanusiaan baik dalam skala lokal, nasional, regional, maupun global.

3. Strutuk Organisasi Aksi Cepat Tanggap

Gambar IV.1
STRUKTUR ORGANISASI AKSI CEPAT TANGGAP (ACT)



B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Persepsi

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,488	Variabel Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ ($100-2 = 98$) pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,1654	Valid
Pernyataan 2	0,502		Valid
Pernyataan 3	0,480		Valid
Pernyataan 4	0,514		Valid
Pernyataan 5	0,586		Valid
Pernyataan 6	0,566		Valid
Pernyataan 7	0,575		Valid
Pernyataan 8	0,669		Valid
Pernyataan 9	0,582		Valid
Pernyataan 10	0,706		Valid
Pernyataan 11	0,577		Valid
Pernyataan 12	0,552		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Uji validitas persepsi pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan angket mengenai persepsi dinyatakan valid. Karena sebanyak 12 pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan uji validitas untuk variabel sosialisasi sebagai berikut:

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Sosialisasi

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,583	Variabel Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ ($100-2 = 98$) pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,1654	Valid
Pernyataan 2	0,770		Valid
Pernyataan 3	0,766		Valid
Pernyataan 4	0,664		Valid
Pernyataan 5	0,615		Valid
Pernyataan 6	0,769		Valid
Pernyataan 7	0,732		Valid
Pernyataan 8	0,729		Valid
Pernyataan 9	0,768		Valid
Pernyataan 10	0,578		Valid
Pernyataan 11	0,724		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Uji validitas sosialisasi pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan angket mengenai sosialisasi dinyatakan valid. Karena sebanyak 11 pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan uji validitas untuk variabel pengetahuan sebagai berikut:

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Pengetahuan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,367	Variabel Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ ($100-2 = 98$) pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,1654	Valid
Pernyataan 2	0,697		Valid
Pernyataan 3	0,702		Valid
Pernyataan 4	0,597		Valid
Pernyataan 5	0,544		Valid
Pernyataan 6	0,657		Valid
Pernyataan 7	0,624		Valid
Pernyataan 8	0,571		Valid
Pernyataan 9	0,482		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Uji validitas pengetahuan pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan angket mengenai pengetahuan dinyatakan valid. Karena sebanyak 9 pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan uji validitas untuk variabel pengetahuan sebagai berikut:

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Minat Masyarakat Berwakaf

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,750	Variabel Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ ($100-2 = 98$) pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,1654	Valid
Pernyataan 2	0,649		Valid
Pernyataan 3	0,607		Valid
Pernyataan 4	0,601		Valid
Pernyataan 5	0,645		Valid
Pernyataan 6	0,818		Valid
Pernyataan 7	0,682		Valid
Pernyataan 8	0,715		Valid
Pernyataan 9	0,711		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Uji validitas minat masyarakat berwakaf pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan angket mengenai minat masyarakat berwakaf dinyatakan valid. Karena sebanyak 9 pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Setelah diuji validitas, maka tahap berikutnya menguji reabilitas dari suatu angket.

2. Uji Reliabilitas

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas Persepsi
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,793	12

Sumber: Hasil output SPSS 22

Berdasarkan hasil tabel IV.5 *Reliability Statistics* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* untuk variabel persepsi adalah $0,793 > 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi adalah reliabel.

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas Sosialisasi
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	11

Sumber: Hasil output SPSS 22

Berdasarkan hasil tabel IV.6 *Reliability Statistics* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* untuk variabel sosialisasi adalah $0,896 > 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi adalah reliabel.

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,718	9

Sumber: Hasil output SPSS 22

Berdasarkan hasil tabel IV.7 *Reliability Statistics* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* untuk variabel pengetahuan adalah $0,718 > 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan adalah reliabel.

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas Minat Masyarakat Berwakaf
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,850	9

Sumber: Hasil output SPSS 22

Berdasarkan hasil tabel IV.8 *Reliability Statistics* diatas menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* untuk variabel minat masyarakat berwakaf adalah $0,850 > 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel minat masyarakat berwakaf adalah reliabel.

3. Uji Normalitas

Tabel IV.9
Hasil Uji Normalitas *Monte Carlo*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.32961686
Most Extreme Differences	Absolute		.087
	Positive		.081
	Negative		-.087
Test Statistic			.087
Asymp. Sig. (2-tailed)			.058 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.414 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.401
		Upper Bound	.426

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Berdasarkan tabel IV.9 dapat dilihat hasil uji normalitas bahwa nilai signifikansi sebesar 0,426. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,10 ($0,426 > 0,10$). Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai residul tersebut berdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data memenuhi syarat untuk uji parametrik.

4. Hasil Uji Linearitas

Tabel IV.10
Hasil Uji Linearitas Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf
ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1 Between (Combined) Groups	663.295	22	30.150	3.420	.000
Linearity	149.185	1	149.185	16.922	.000
Deviation from Linearity	514.110	21	24.481	2.777	.001
Within Groups	678.815	77	8.816		
Total	1342.110	99			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22.

Hasil uji linearitas antara persepsi berdasarkan pada tabel IV.10 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan lebih kecil dari 0,10. Nilai signifikan $0,000 < 0,10$. Berarti data persepsi memiliki hubungan yang linear.

Tabel IV.11
Hasil Uji Linearitas Sosialisasi Terhadap Minat Berwakaf
ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2 Between (Combined) Groups	771.741	17	45.397	6.527	.000
Linearity	653.429	1	653.429	93.941	.000
Deviation from Linearity	118.312	16	7.395	1.063	.403
Within Groups	570.369	82	6.956		
Total	1342.110	99			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22.

Hasil uji linearitas antara sosialisasi berdasarkan pada tabel IV.11 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan lebih kecil dari 0,10. Nilai signifikan $0,000 < 0,10$. Berarti data sosialisasi memiliki hubungan yang linear.

Tabel IV.12
Hasil Uji Linearitas Pengetahuan Terhadap Minat Berwakaf
ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X3 Between (Combined) Groups	776.937	15	51.796	7.698	.000
Linearity	673.600	1	673.600	100.15	.000
Deviation from Linearity	103.338	14	7.381	1.097	.372
Within Groups	565.173	84	6.728		
Total	1342.110	99			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22.

Hasil uji linearitas antara pengetahuan berdasarkan pada tabel IV.12 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan lebih kecil dari 0,10. Nilai signifikan $0,000 < 0,10$. Berarti data pengetahuan memiliki hubungan yang linear.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel IV.13
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.702	1.424
	X2	.469	2.133
	X3	.553	1.809

a. Dependent Variable: Mb

Berdasarkan tabel IV.13 dapat diketahui *Tolerance* untuk variabel persepsi $0,702 > 0,10$, variabel sosialisasi $0,469 > 0,10$, variabel pengetahuan $0,553 > 0,10$. Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari ketiga variabel adalah lebih besar dari $0,10$ ($Tolerance > 0,10$).

Sementara itu nilai VIF untuk variabel persepsi adalah $1,424 < 10$, variabel sosialisasi, $2,133 < 10$, variabel pengetahuan $1,809 < 10$. Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel diatas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$). Berdasarkan nilai *Tolerance* dan nilai VIF dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel IV.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

			X1	X2	X3	ABS_R ES
Spe arm an's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.497**	.381**	-.115
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.255
		N	100	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	.497**	1.000	.524**	.085
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.401
		N	100	100	100	100
	X3	Correlation Coefficient	.381**	.524**	1.000	-.072
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.474
		N	100	100	100	100
AB S_R ES	Correlation Coefficient	-.115	.085	-.072	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.255	.401	.474	.	
	N	100	100	100	100	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel IV.14 maka dapat diketahui bahwa nilai dari variabel persepsi sebesar $0,255 > 0,10$, variabel sosialisasi $0,401 > 0,10$, variabel pengetahuan $0,474 > 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel IV.15
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.758	3.030		1.900	.060
X1	-.075	.062	-.094	-1.215	.227
X2	.380	.079	.451	4.785	.000
X3	.488	.095	.446	5.135	.000

a. Dependent Variable: Mmb

Berdasarkan tabel IV.15 dapat diketahui bahwa nilai *constant* sebesar $\alpha = 5,758$, $b_1 = -0,075$, $b_2 = 0,380$, $b_3 = 0,488$, maka analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah:

$$MMB = \alpha + b_1PSI + b_2SSI + b_3PTN + e.$$

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

Dimana :

MMB = Minat Masyarakat Berwakaf

α = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

PSI = Persepsi

SSI = Sosialisasi

PTN = Pengetahuan

e = error

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (α) adalah sebesar 5,758 artinya apabila variabel persepsi, sosialisasi, dan pengetahuan dianggap konstanta atau nilainya 0 maka nilai minat masyarakat berwakaf sebesar 5,758.
- b. 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.
- c. 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.
- d. 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.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.600	.587	2.36574

a. Predictors: (Constant), Psi, Ssi, Ptn

b. Dependent Variable: Mmb

Berdasarkan tabel IV.16 dapat diketahui bahwa (R Square) sebesar 0,600 atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi, sosialisasi, dan pengetahuan ada pengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf.

sedangkan sisanya 0,400 atau 40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

8. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel IV.17
Hasil Uji Koefisien Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.758	3.030		1.900	.060
X1	-.075	.062	-.094	-1.215	.227
X2	.380	.079	.451	4.785	.000
X3	.488	.095	.446	5.135	.000

a. Dependent Variable: Mmb

Berdasarkan tabel IV.17 dapat diketahui bahwa t_{tabel} dicari pada $\alpha = 10\% : 2 = 0,05$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan $(df)=n-k-1$, dimana n =jumlah sampel dan k =jumlah variabel independen, jika $df=100-3-1=96$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi=0,05) maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,660.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel persepsi sebesar -1,215 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,660. Sehingga $t_{\text{hitung}} (-1,215) < t_{\text{tabel}} (1,660)$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat berwakaf pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat.

Berdasarkan variabel sosialisasi memiliki t_{hitung} sebesar 4,785 sedangkan 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.

Berdasarkan variabel pengetahuan memiliki t_{hitung} sebesar 5,135 sedangkan 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.

b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel IV.18
Hasil Uji Signifikansi Simutan (Uji F)
ANOVA^a

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			

a. Dependent Variable: Mmb

b. Predictors: (Constant), Psi, Ssi, Ptn

Berdasarkan tabel IV.18 dapat diketahui bahwa nilai F_{tabel} untuk signifikan $\alpha = 0,01$ dengan regresi (df 1) adalah 2 dan residul (df 2) adalah 96, maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,14.

Dari hasil uji signifikaan simultan di atas memiliki 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.

C. Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian ini berjudul Pengaruh Persepsi, Soisialisasi, dan Pegetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat. Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa:

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

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.

Berdasarkan hasil analisis determinasi diperoleh R^2 (R Square) 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.

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.⁶⁴

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.⁶⁵

⁶⁴ Juniarni Mawardah, *Faktor-Faktor Keperilakuan Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Kota Yogyakarta Untuk Mengeluarkan Wakaf Tunai*, (Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2017), hlm. 95.

⁶⁵ Riska Andriani dan Fauziah, *Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Dusun Termanuk Desa Sumberjo Kecamatan Wonomulyo Untuk Berwakaf Tunai Di Baitul Maal As'Adiyah Wonomulyo*, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1 (April) 2021, hlm. 65.

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

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.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilakukan dengan prosedur ilmiah, akan tetapi, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna serta penelitian ini mempunyai banyak keterbatasan dan kekurangan yang kemungkinan berdampak pada hasil penelitian. Adapun yang menjadi keterbatasan yang peneliti alami selama menyusun skripsi ini ialah sebagai berikut:

Keterbatasan penelitian pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu terbatas pada tidak ada pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat berwakaf, maka minat berwakaf menurun satuan dan koefisien bernilai negatif.

Responden yang diteliti dalam penelitian ini tidak homogen, dimana masih terdapat masyarakat yang belum berwakaf uang dan masyarakat yang sudah berwakaf uang, sehingga kondisi ini dapat mempengaruhi variabel persepsi, sosialisasi dan pengetahuan.

Dalam menyebar kuesioner ada saja responden yang menolak untuk mengisi kuesioner dikarenakan rasa takut dan kurangnya kepercayaan data yang akan disalah gunakan.

Peneliti tidak mampu mengontrol semua responden, apakah responden memang serius atau tidak dalam menjawab kuesioner

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dengan 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 masyarakat 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 masyarakat berwakaf meningkat sebesar $5,758 + 0,488 = 6,246$ dengan asumsi variabel lain tetap.

Berdasarkan hasil analisis determinasi diperoleh R^2 (R Square) sebesar 0,600 atau 60%. Variabel persepsi, sosialisasi, dan pengetahuan ada pengaruh terhadap variabel minat masyarakat berwakaf. Sedangkan sisanya sebesar 0,400 atau 40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Variabel persepsi memiliki nilai 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.

Variabel sosialisasi memiliki nilai 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.

Variabel pengetahuan memiliki nilai 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.

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.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka penelitian memberikan saran sebagai berikut:

Bagi pihak Aksi Cepat Tanggap (ACT) 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 masyarakat diharapkan dengan penelitian ini dijadikan sebagai sumber informasi dan akan mendapat dan wawasan serta pengetahuan bagi masyarakat terhadap Aksi Cepat Tanggap (ACT), sehingga dapat menjadi landasan dalam minat masyarakat berwakaf dan masyarakat menjadi mengerti tentang program-program yang dilakukan Aksi Cepat Tanggap.

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. Selain itu, diharapkan pula penelitian selanjutnya dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi dengan menambah variabel-variabel lain yang memengaruhi minat masyarakat berwakaf diluar yang telah peneliti tel

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, Azhari & Agustianto. *Wakaf Produktif dan Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Jakarta: IAIN Press, 2020.
- Alga, Agmadi. *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Putaka Pelajar, 2003.
- Amany, dkk. *Ketahanan Keluarga Dalam Persepektif Islam*, Jakarta: Pustaka Cendikiawan Muda, 2018.
- Andayani Trisni, dkk. *Pengantar Sosiologi*, Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Andreas, Soeroso. *Sosiologi*, Jakarta: Quadra, 2008.
- Asriandi Arum Cempaka, dkk. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*, Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022.
- Azizah, Nurul. *Problematika Wakaf, Dari Fiqih Hingga Fenomena Wakaf Di Indonesia*, Jakarta: Guepedia, 2022.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Tafsir Al-Wasith*, Jakarta: Gema Isani, 2012.
- Andriani, Riska dan Fauziah. *Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Dusun Termanuk Desa Sumberjo Kecamatan Wonomulyo Untu Berwakaf Tunai Di Baitul Maal As'Adiyah Wonomulyo*, Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 1, No. 1, April, 2021.
- Dewi Dessy, dkk. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, Jakarta: Mitra Cendikia Media, 2020.
- Diandra, Dessy. *Pengantar Antropologi*, Yogyakarta: Diva Press, 2021.
- Firdaus, Muhammad. *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- G, Erwinsyah Rudi & Bilal As'adhanayadi. *Sikap dan Persepsi Masyarakat Berpendapat Rendah Terhadap Imbauan Jaga jarak*, Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Sosial, 2020.
- Halim, Abdul. *Hukum Perwakafan Di Indonesia*, Jakarta: Ciputat Press, 2005.
- Haryadi, Yudi. *Optimalisasi Wakaf Tunai Menjadi Wakaf Produktif*, Bandung: Pustaka Prima, 2020.

Hasil Wawancara dengan Ibu Melisa, pada hari Kamis tanggal 6 Januari 2022.

Hasil Wawancara dengan Ibu Ervina, pada hari Senin tanggal 14 Maret 2022.

Hasil Wawancara dengan Ibu Febi, dkk, pada hari Kamis tanggal 12 Januari 2022.

Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Wulandari, pada hari Jum'at tanggal 4 Maret 2022.

Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2016.

https://act.id/tentang/visi_misi

<https://labuhanbatukab.bps.go.id/indicator/40/34/1/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin.html>.

Hujrman. *Hukum Perwakafan Di Indonesia*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.

Irianto, Agus. *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Irwanto. *Psikologi Umum, Buku Panduan mahasiswa*, Jakarta: PT. Prehallindo, 2002.

Khairani, Makmun. *Psikologi Belajar*, Yogyakarta: Raja Grafindo, 2003.

Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Kurniawati, Khairani. *Sosialisasi Kepribadian*, Yogyakarta: Setra Edukasi Media, 2018.

Mansur, Hasan. *Wakaf dan Pemberdayaan Umat*, Jakarta: Sinar Grafika, 2010.

Marsono. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bogor: IN Media, 2014.

Mega, Girindra. *Wakaf Bergerak: Teori dan Praktik di Asia*, Malang: Anggota IKAPI, 2020.

Nazir, Moh. *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Nurtika, Lutfi. *Strategi Meningkatkan Minat Baca Pada Masa Pandemi*, Bandung: Lutfi Gilang, 2021.

- Nuryaman, & Christina Veronica. *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.
- Priyatno, Duwi. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Purwatiningsih, Aris Puji. *Masyarakat Kota Semarang dan Filantropi Islam*, Bandung: PT Nasya Expanding Management, 2019.
- Qodariah, dkk. *Fikih, Zakat, Sedekah, Dan Wakaf*, Jakarta: Kencana, 2020.
- Rahma Sri, dkk. *Kepatuhan Masyarakat Dalam Penggunaan Masker Sebagai Salah Satu Upaya Pencegahan Covid-19*, Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2021.
- Rahman, Maman Abdur dan Samba Ali Muhidin. *Panduan Praktik Memahami Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Rahman, Taufiqur. *faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman Masyarakat Terhadap Wakaf Tunai*, Bandung: IAIN Metro, 2019.
- Rahmat. *Statistika*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Sugiharyanto. *Geografi dan Sosialisasi*, Jakarta: Quadra, 2006.
- _____. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual SPSS*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- _____. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sukatin, dkk. *Psikologi Manajemen*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021.
- Sunaryo. *Psikologi Untuk Keperawatan*, Jakarta: EGC, 2004.
- Sutrisman, Dudih. *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, dan Mahasiswa*, Jakarta: Guepedia, 2020.
- Suyonto, Danang. *Metodologi Penelitian Akuntansi*, Bandung: PT Refika Aditama, 2013.

_____. *Arah Manajemen Wakaf Tradisional Modern*, Jember: CV. Pustaka Abadi, 2017.

_____. *Arah Manajemen Wakaf*, Bandung: CV. Pustaka Abadi, 2020.

Sari. *Pengaruh Sosialisasi, Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Wonosari Untuk Berwakaf Tunai di BMT Dana Insani Gunungkidul* menyatakan dalam penelitiannya bahwa “hasil penelitian pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat wonosari untuk berwakaf tunai di BMT dana Insani Gunungkidul, Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2018.

Syifa, Fauziah & Ayyubi Salahuddin El. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Wakif Terhadap Wakaf Uang Di Kota Bogor” Vol. 7, No. 1, 2019.

Thahir, Andi. *Psikologi Belajar*, Lampung: LP2M UIN Raden Intan Lampung, 2013.

Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013.

Waluyo, dkk. *Ilmu Pengetahuan Sosial*, Jakarta: PT. Gramedia, 2008.

Wijana Nyoman, dkk. *Pengantar Filsafat Ilmu*, Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020.

CURUCULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : FITRIYANI RAMBE
Nim : 18 401 00339
Tempat/ tanggal lahir : Malindo, 26 Desember 2000
Jenis kelamin : perempuan
Anak ke : 3 dari 3 bersaudara
Alamat : Sei Berombang, Kecamatan Panai Hilir
Agama : Islam

DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Suyanto Rambe
Pekerjan : Pensiun karyawan BUMN
Nama Ibu : Nur' Aini Pane
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Sei Berombang, Kecamatan Panai Hilir

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2008-2013 : SD Swasta Suka Maju Singga Mata
Tahun 2013-2015 : MTS Swasta Gaya Baru Negeri Lama
Tahun 2015-2018 : SMA Negeri 1 Bilah Hilir Negeri Lama
Tahun 2018-2023 : Program Sarjana (Strata-1) Perbankan Syariah UIN
SYAHADA Padangidimpuan

PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3,59
Karya Tulis Ilmiah : Pengaruh Persepsi, Sosialisasi, dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantauprapat.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah bapak/ibu mengetahui wakaf tunai?
2. Apakah bapak/ibu pernah berwakaf tunai?
3. Bagaimana pandangan atau persepsi bapak/ibu mengenai Aksi Cepat Tanggap?
4. Apa saja program-program untuk membantu masyarakat?
5. Apakah pihak Aksi Cepat Tanggap pernah melakukan kunjungan sosialisasi?
6. Berapa kali pihak Aksi Cepat Tanggap melakukan kunjungan sosialisasi?
7. Pernahkah pihak Aksi cepat Tanggap bersosialisasi ke masyarakat?
8. Apakah bapak/ibu mengetahui Aksi Cepat Tanggap?
9. Bagaimana pihak Aksi Cepat Tanggap selama ini dalam menjalankan kegiatan?
Apakah ada kebermanfaatan yang diterima masyarakat?

LAMPIRAN 1

No	Persepsi												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1.	3	5	3	5	4	4	3	3	4	4	3	4	45
2.	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
3.	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	49
4.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5.	2	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	37
6.	2	4	3	4	4	4	2	2	4	2	2	2	35
7.	4	4	2	4	5	4	4	2	4	4	4	4	45
8.	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	47
9.	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	51
10.	4	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	46
11.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
12.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
13.	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
14.	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	45
15.	3	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	50
16.	2	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	50
17.	1	5	1	5	5	4	4	4	5	5	5	5	49
18.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19.	5	4	4	5	4	3	1	2	4	4	2	5	43
20.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
21.	4	2	2	5	4	4	4	5	4	4	4	4	46
22.	4	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	55
23.	2	5	2	2	4	3	3	2	5	4	5	4	41
24.	3	5	2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	53
25.	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	45
26.	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
27.	2	2	1	4	5	3	3	4	4	4	4	4	40
28.	2	5	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	42
29.	2	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	40
30.	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	42
31.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
32.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
33.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
34.	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	56
35.	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	44
36.	1	3	1	4	1	1	4	3	4	4	4	4	34
37.	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	45

38.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39.	2	4	2	2	5	2	5	4	4	4	4	4	42
40.	3	5	3	5	4	3	3	4	5	4	4	4	47
41.	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	43
42.	3	4	2	4	5	5	2	3	4	3	4	4	43
43.	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	50
44.	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	53
45.	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	45
46.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
47.	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	46
48.	2	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	49
49.	3	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	51
50.	3	5	3	5	5	5	2	3	4	4	4	4	47
51.	3	4	3	2	4	3	2	2	4	4	4	4	39
52.	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	44
53.	4	4	3	4	4	1	3	4	4	4	4	4	43
54.	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	48
55.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
56.	4	5	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	44
57.	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	38
58.	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
59.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
60.	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	5	4	49
61.	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	53
62.	4	5	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	47
63.	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
64.	2	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	44
65.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
66.	2	5	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	46
67.	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	47
68.	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	56
69.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
70.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
71.	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
72.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
73.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	48
74.	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	43
75.	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	48
76.	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	46
77.	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	55
78.	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	53

No	Sosialisasi										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	10	11	
1.	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	44
2.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
3.	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	48
4.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
6.	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	40
7.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
8.	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	42
9.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	43
10.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	45
11.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
12.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
13.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
14.	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	42
15.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
16.	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	48
17.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
18.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
19.	5	3	4	2	5	5	4	4	4	3	43
20.	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	49
21.	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	41
22.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	54
23.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
24.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	54
25.	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	44
26.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	53
27.	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	53
28.	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	39
29.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	52
30.	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	39
31.	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	46
32.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	43
33.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	53
34.	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
35.	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	38
36.	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	39
37.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
38.	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	49
39.	5	4	2	2	4	4	5	2	4	4	41
40.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	46
41.	4	5	3	4	5	5	4	4	3	3	44
42.	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	48
43.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
44.	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	49

44.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
45.	4	4	3	3	4	3	4	5	3	33
46.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
47.	4	4	4	3	3	4	4	3	4	33
48.	4	5	5	4	3	4	4	4	4	37
49.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
50.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
51.	3	4	4	4	3	5	4	3	5	35
52.	5	4	5	5	3	4	4	3	5	38
53.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
54.	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34
55.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
56.	4	3	5	4	3	3	4	5	4	35
57.	4	4	4	4	3	3	3	4	4	33
58.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
59.	3	4	4	4	4	4	5	5	5	38
60.	4	5	4	4	3	4	4	5	4	37
61.	4	4	5	5	1	4	4	1	5	33
62.	4	4	4	4	3	4	4	4	5	36
63.	3	4	4	4	3	4	4	4	5	35
64.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
65.	4	4	4	5	3	4	5	3	4	36
66.	4	4	4	4	3	5	4	3	5	36
67.	3	4	4	4	3	4	3	3	4	32
68.	5	5	5	5	3	5	5	3	5	41
69.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
70.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
71.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
72.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
73.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
74.	4	4	5	5	3	5	5	4	5	40
75.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
76.	4	4	4	4	3	4	4	2	4	33
77.	5	5	5	5	4	5	3	5	5	42
78.	5	5	4	5	5	4	4	5	5	42
79.	3	4	4	4	5	5	5	5	5	40
80.	3	4	5	5	3	4	5	4	4	37
81.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
82.	3	4	4	4	3	4	4	3	4	33
83.	3	3	4	4	3	5	5	5	5	37
84.	4	4	4	4	3	5	4	3	4	35
85.	4	4	4	4	1	4	4	2	4	31
86.	4	5	4	4	1	4	3	4	4	33
87.	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
88.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
89.	4	4	4	4	3	5	4	3	4	35

90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
91	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
92	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
93	4	4	4	4	2	4	4	2	5	33
94	4	5	4	5	4	5	4	5	5	41
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
96	3	5	5	5	3	5	5	2	5	38
97	4	4	4	4	1	4	4	3	4	32
98	4	4	4	4	3	5	5	4	5	38
99	3	4	4	4	4	4	5	5	5	38
100	4	5	5	5	3	5	5	3	5	40

No	Minat Berwakaf									Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1.	5	3	5	3	5	5	5	5	5	41
2.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
3.	5	3	5	3	4	4	4	4	4	36
4.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5.	4	3	3	4	3	4	4	4	4	33
6.	4	4	4	4	2	4	4	4	4	34
7.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8.	4	2	4	3	3	3	4	4	3	30
9.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
10.	5	3	5	5	3	5	5	5	5	41
11.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
12.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
13.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
14.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
15.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16.	5	2	5	5	4	4	4	4	4	37
17.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
18.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
19.	4	5	5	4	4	5	3	5	4	39
20.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21.	4	3	5	4	4	4	4	4	4	36
22.	5	5	5	5	4	5	4	5	4	42
23.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
24.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
25.	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38
26.	4	5	4	5	5	5	4	5	4	41
27.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
28.	2	1	3	3	3	2	3	4	4	25
29.	5	5	3	4	5	5	5	5	5	42
30.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
31.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
32.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
33.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34.	5	5	5	3	5	5	5	5	5	43
35.	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
36.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
37.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
38.	5	4	5	5	5	5	4	5	4	42
39.	4	2	4	2	4	4	4	4	4	32
40.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41.	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34
42.	5	5	4	4	4	4	5	5	4	40
43.	2	4	4	4	4	4	4	4	4	34
44.	5	4	4	5	5	5	4	5	5	42

91	4	4	5	4	3	4	5	5	5	39
92	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
93	4	3	3	4	4	4	5	4	4	35
94	5	5	5	5	5	4	5	5	4	43
95	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
96	3	4	4	3	3	4	5	5	5	36
97	4	3	4	3	2	4	4	4	4	32
98	4	4	5	4	4	3	4	5	4	37
99	5	3	5	3	5	5	5	5	5	41
100	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44

	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.005	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_5	Pearson Correlation	.371**	.417**	.476**	.416**	1	.492**	.453**	.352**	.290**	.116	.382**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.251	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_6	Pearson Correlation	.433**	.583**	.501**	.399**	.492**	1	.569**	.462**	.596**	.342**	.537**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_7	Pearson Correlation	.431**	.490**	.403**	.432**	.453**	.569**	1	.551**	.551**	.245*	.560**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.014	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_8	Pearson Correlation	.354**	.421**	.602**	.502**	.352**	.462**	.551**	1	.568**	.426**	.395**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_9	Pearson Correlation	.304**	.478**	.498**	.393**	.290**	.596**	.551**	.568**	1	.613**	.615**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_10	Pearson Correlation	.256*	.338**	.307**	.279**	.116	.342**	.245*	.426**	.613**	1	.577**	.578**
	Sig. (2-tailed)	.010	.001	.002	.005	.251	.000	.014	.000	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_1	Pearson	.383	.524	.423	.271	.382	.537	.560	.395	.615	.577**	1	.724
1	Correlati	**	**	**	**	**	**	**	**	**			**
	on												
	Sig. (2-	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	tailed)												
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson	.583	.770	.766	.664	.615	.769	.732	.729	.768	.578**	.724**	1
	Correlati	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	
	on												
	Sig. (2-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	tailed)												
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS X3

Correlations

	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3
X3_1	1	.285**	.305**	.377**	.103	.054	-.015	.048	.020	.367**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.004	.002	.000	.308	.597	.881	.633	.846	.000
	N	100	100	100	100	100	99	100	100	100
X3_2	.285**	1	.592**	.465**	.250*	.457**	.255*	.205*	.254*	.697**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.012	.000	.011	.040	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	99	100	100	100
X3_3	.305**	.592**	1	.560**	.084	.484**	.408**	.141	.397**	.702**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.405	.000	.000	.162	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	99	100	100	100
X3_4	.377**	.465**	.560**	1	-.017	.426**	.395**	.019	.497**	.597**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.866	.000	.000	.854	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	99	100	100	100
X3_5	.103	.250*	.084	-.017	1	.151	.181	.529**	-.038	.544**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.308	.012	.405	.866	.135	.073	.000	.705	.000

N	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100
X3_6 Pearson Correlation	.054	.457**	.484**	.426**	.151	1	.488**	.124	.449**	.657**
Sig. (2-tailed)	.597	.000	.000	.000	.135		.000	.221	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100
X3_7 Pearson Correlation	-.015	.255*	.408**	.395**	.181	.488**	1	.237*	.482**	.624**
Sig. (2-tailed)	.881	.011	.000	.000	.073	.000		.018	.000	.000
N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X3_8 Pearson Correlation	.048	.205*	.141	.019	.529**	.124	.237*	1	.078	.571**
Sig. (2-tailed)	.633	.040	.162	.854	.000	.221	.018		.438	.000
N	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100
X3_9 Pearson Correlation	.020	.254*	.397**	.497**	-.038	.449**	.482**	.078	1	.482**
Sig. (2-tailed)	.846	.011	.000	.000	.705	.000	.000	.438		.000
N	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100
X3 Pearson Correlation	.367**	.697**	.702**	.597**	.544**	.657**	.624**	.571**	.482**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS Y

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y
Y1 Pearson Correlation	1	.305**	.491**	.379**	.395**	.619**	.520**	.462**	.505**	.750**
Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2 Pearson Correlation	.305**	1	.250*	.395**	.430**	.493**	.302**	.312**	.259**	.649**
Sig. (2-tailed)	.002		.012	.000	.000	.000	.002	.002	.009	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3 Pearson Correlation	.491**	.250*	1	.217*	.253*	.371**	.409**	.409**	.337**	.607**
Sig. (2-tailed)	.000	.012		.030	.011	.000	.000	.000	.001	.000

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4 Pearson Correlation	.379**	.395**	.217*	1	.321**	.464**	.208*	.325**	.338**	.601**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.030		.001	.000	.038	.001	.001	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5 Pearson Correlation	.395**	.430**	.253*	.321**	1	.541**	.312**	.359**	.321**	.645**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.011	.001		.000	.002	.000	.001	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6 Pearson Correlation	.619**	.493**	.371**	.464**	.541**	1	.501**	.504**	.597**	.818**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7 Pearson Correlation	.520**	.302**	.409**	.208*	.312**	.501**	1	.531**	.578**	.682**
Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.038	.002	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8 Pearson Correlation	.462**	.312**	.409**	.325**	.359**	.504**	.531**	1	.655**	.715**
Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9 Pearson Correlation	.505**	.259**	.337**	.338**	.321**	.597**	.578**	.655**	1	.711**
Sig. (2-tailed)	.000	.009	.001	.001	.001	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson Correlation	.750**	.649**	.607**	.601**	.645**	.818**	.682**	.715**	.711**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 3

HASIL UJI RELIABILITAS PERSEPSI (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	43.8500	17.886	.320	.794
X1_2	42.9500	18.391	.379	.784
X1_3	44.0200	18.101	.323	.792
X1_4	43.2200	18.214	.386	.783
X1_5	42.9000	17.990	.481	.774
X1_6	43.4400	17.643	.435	.779
X1_7	43.5400	17.564	.444	.778
X1_8	43.4000	17.051	.563	.765
X1_9	42.9200	18.721	.506	.776
X1_10	43.0700	17.763	.636	.763
X1_11	43.0900	18.325	.483	.775
X1_12	43.0200	18.727	.467	.778

HASIL UJI RELIABILITAS SOSIAISASI (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	41.6100	16.806	.500	.893
X2_2	42.0300	15.262	.700	.882
X2_3	42.0400	15.231	.694	.883

X2_4	42.1000	15.909	.573	.890
X2_5	41.9200	16.519	.530	.892
X2_6	41.8800	15.501	.705	.882
X2_7	41.9200	15.872	.665	.884
X2_8	41.9800	16.060	.666	.885
X2_9	42.0900	15.396	.701	.882
X2_10	42.0500	16.634	.485	.895
X2_11	41.9800	16.303	.665	.885

HASIL UJI RELIABILITAS PENGETAHUAN (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_1	32.2020	8.612	.236	.718
X3_2	32.0303	7.948	.533	.674
X3_3	31.9798	8.020	.542	.674
X3_4	31.9596	7.896	.514	.675
X3_5	32.7273	7.568	.280	.730
X3_6	31.9798	7.938	.466	.681
X3_7	32.0404	7.917	.501	.677
X3_8	32.4444	7.413	.297	.728
X3_9	31.8485	8.109	.466	.684

HASIL UJI RELIABILITAS MINAT BERWAKAF (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	33.1300	10.518	.661	.825
Y2	33.4900	10.333	.490	.850
Y3	33.0900	11.113	.479	.844
Y4	33.3500	11.199	.476	.844
Y5	33.3200	11.028	.531	.839
Y6	33.1100	10.584	.758	.817
Y7	33.0500	11.240	.595	.833
Y8	32.9900	11.020	.632	.830
Y9	33.1100	11.170	.633	.830

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	Y
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	47.2200	46.1600	36.0200	37.3300
	Std. Deviation	4.58936	4.37098	3.36644	3.68194
Most Extreme Differences	Absolute	.119	.185	.162	.221
	Positive	.119	.185	.162	.221
	Negative	-.084	-.111	-.121	-.133
Test Statistic		.119	.185	.162	.221
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c	.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.32961686
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.081
	Negative	-.087
Test Statistic		.087

Asymp. Sig. (2-tailed)	.058 ^c
------------------------	-------------------

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

UJI LINEARITAS

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between	(Combined)	663.295	22	30.150	3.420	.000
X1	Groups	Linearity	149.185	1	149.185	16.922	.000
		Deviation from Linearity	514.110	21	24.481	2.777	.001
Within Groups			678.815	77	8.816		
Total			1342.110	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between	(Combined)	771.741	17	45.397	6.527	.000
X2	Groups	Linearity	653.429	1	653.429	93.941	.000
		Deviation from Linearity	118.312	16	7.395	1.063	.403
Within Groups			570.369	82	6.956		
Total			1342.110	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between	(Combined)	776.937	15	51.796	7.698	.000
X3	Groups	Linearity	673.600	1	673.600	100.115	.000
		Deviation from Linearity	103.338	14	7.381	1.097	.372
Within Groups			565.173	84	6.728		
Total			1342.110	99			

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.702	1.424
X3	.553	1.809
X2	.469	2.133

a. Dependent Variable: Y

UJI HETEROKEDASTISITAS

Correlations

			X1	X2	X3	ABS_RES
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.497**	.381**	-.115
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.255
		N	100	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	.497**	1.000	.524**	.085
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.401
		N	100	100	100	100
	X3	Correlation Coefficient	.381**	.524**	1.000	-.072
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.474
		N	100	100	100	100
	ABS_RES	Correlation Coefficient	-.115	.085	-.072	1.000
		Sig. (2-tailed)	.255	.401	.474	.
		N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.758	3.030		1.900	.060

X1					
	-.075	.062	-.094	-	.227
X3	.488	.095	.446	5.135	.000
X2	.380	.079	.451	4.785	.000

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 4 HASIL ANALISIS DATA

UJI R SQUARE

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.600	.587	2.36574

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

b. Dependent Variable: Y

UJI HIPOTESIS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.758	3.030		1.900	.060
X1	-.075	.062	-.094	-1.215	.227
X3	.488	.095	.446	5.135	.000
X2	.380	.079	.451	4.785	.000

a. Dependent Variable: Y

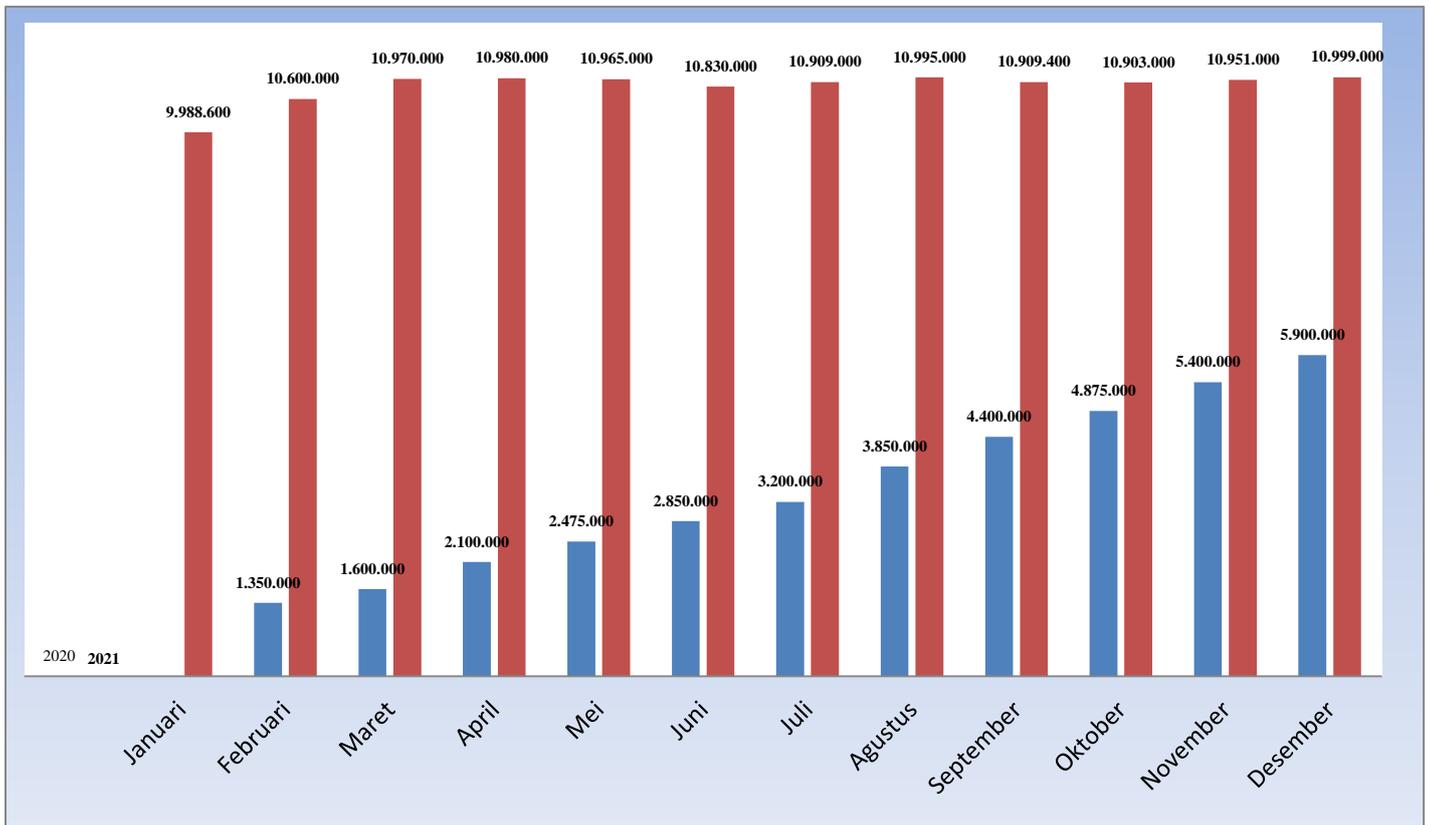
ANOVA^a

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

a. Dependent Variable: Y

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

Data Donasi Wakaf Aksi Cepat Tanggap (ACT) Di Kota Rantau Prapat Tahun 2020-2021



RantauPrapat, 25 Oktober 2021


Muhammad Dhanl Aswin
care for humanity
 Branch Manger



 @ACTforHumanity
  Aksi Cepat Tanggap
  +6231-2940 8585

www.act.id

LAMPIRAN 5

**DOKUMENTASI PENGISIAN ANGKET DAN MELAKUKAN
WAWANCARA MENGENAI AKSI CEPAT TANGGAP DI KOTA
RANTAUPRAPAT**



Pengisian angket dengan ibu Reni Fujiati



Pengisian angket dan wawancara dengan ibu Sri



Pengisian angket dan wawancara dengan ibu Melisa



Pengisian angket dengan ibu Aseh



Pengisian angket dan wawancara dengan ibu Febi



Pengisian angket dengan bapak Ardi



Foto dengan penerima bantuan dan pengurus Aksi Cepat Tanggap

