

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh persepsi jemaah Masjid Daarut Tauhiid terhadap Minat Wakaf Uang di Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid.”, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung mengenai wakaf uang termasuk kategori baik (81,7%). Penilaian persepsi tersebut didasari oleh beberapa faktor yang berpengaruh, yaitu faktor pengetahuan, pengalaman, dan lingkungan. Meskipun secara keseluruhan sudah masuk pada kategori baik, akan tetapi dari segi pengetahuan masih ada jemaah yang belum mampu menjabarkan informasi terkait proses wakaf uang terutama dalam penyaluran wakaf uang tersebut.
2. Minat jemaah terhadap wakaf uang di lembaga Wakaf Daarut Tauhiid termasuk kategori sangat berminat (91%). Penentuan minat jemaah tersebut dipengaruhi oleh faktor internal (religiusitas) dan eksternal (strategi marketing lembaga dan lingkungan). Adapun dalam hal ini, sebagian kecil jemaah menyatakan bahwa jarak lokasi lembaga wakaf tidak mempengaruhi seseorang untuk berminat dalam berwakaf uang.
3. Pengaruh persepsi jemaah Masjid Daarut Tauhiid Bandung terhadap minat wakaf uang di lembaga Wakaf Daarut Tauhiid hasilnya ialah berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan hasil Uji T menunjukkan bahwa

variabel persepsi (X) berpengaruh signifikan terhadap minat wakaf uang (Y) , artinya jika persepsi responden baik mengenai wakaf uang maka minat wakaf uang akan meningkat (hipotesis diterima). Adapun berdasarkan hasil Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel persepsi (X) sebesar 0,169 atau 16,9%. Hal ini menunjukkan bahwa 16,9% variabel minat berwakaf uang dapat dijelaskan oleh variabel persepsi sedangkan sisanya 83,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## B. Saran

1. Untuk Wakaf Daarut Tauhiid, hendaknya lebih aktif mensosialisasikan wakaf uang baik kepada jemaah maupun masyarakat umum, sehingga seseorang tidak hanya sekedar berwakaf uang saja, tetapi pengetahuan mereka pun bertambah dan menyadari bahwa potensi wakaf uang ini sangat luar biasa. Selain itu, Wakaf Daarut Tauhiid bisa lebih memperluas strategi marketingnya lagi, seperti membuka *stand-stand* wakaf di berbagai tempat.
2. Untuk lembaga wakaf di kota Bandung, hendaknya dapat turut andil dalam menghilangkan hambatan kelirunya persepsi masyarakat atas wakaf uang dengan cara bekerja sama dengan para DKM masjid untuk menyebarkan brosur informasi wakaf uang atau memberikan kajian seputar Fiqih Muamalah dan Wakaf Uang.
3. Untuk peneliti selanjutnya disarankan memasukkan variabel lain dan memperluas responden. Selain itu bisa juga mengkaji topik permasalahan wakaf uang ini dari sisi lain, seperti peran lembaga wakaf sebagai *nadzir*.