

Rekayasa *Zero Comparison Effect* Pada Wakaf Saham Terhadap Transisi Mindset *Wakif*

Evan Stiawan

evan@iainbengkulu.ac.id/IAIN Bengkulu

Abstrak: Penelitian ini merekayasa seorang wakif pada wakaf saham terhadap transisi mindset pada saat *Zero Comparison Effect*. Tujuan penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan metode minat membayar zakat melalui wakaf saham di Indonesia yang dilihat tipikal perspektif mindset seorang wakif. Metode analisis data dalam penelitian menggunakan metode Anova One Way dengan metode experimntal Design 2 x 2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pada kondisi Wakif *Deliberative Mindset* cenderung lebih tinggi *Kontrol* saat ditawarkan pilihan produk wakaf terbaru yaitu wakaf saham dapat ditunjukkan dari nilai rerata kelompok kontrol lebih tinggi dari pada rerata kelompok *Deliberative Mindset*. Kesimpulan selanjutnya yaitu Khusus untuk kelompok Pada kondisi Wakif *Implemntal Mindset* cenderung lebih rendah *Kontrol* saat ditawarkan pilihan produk wakaf terbaru yaitu wakaf saham. Dari uraian tersebut dapat ditunjukkan bahwa mindset dapat distimulus melalui kontrol *Zero Comparison Effect* dapat menjadi dasar dalam kegiatan edukasi wakaf saham.

Kata Kunci: Wakaf Saham, Wakaf Produktif, Mindset, *Zero Comparison Effect*.

PENDAHULUAN

Dalam sejarah Islam, Wakaf dikenal sejak masa Rasulullah SAW karena wakaf disyariatkan setelah Nabi SAW berhijrah ke Madinah, pada tahun kedua Hijriyah. Ada dua pendapat yang berkembang di kalangan ahli yurisprudensi Islam (*fuqaha*) tentang siapa yang pertama kali melaksanakan Syariat wakaf. Menurut sebagian pendapat ulama mengatakan bahwa yang pertama kali melaksanakan wakaf adalah Rasulullah SAW ialah wakaf tanah milik Nabi SAW untuk dibangun masjid.¹

Dalam sejarah, wakaf telah memerankan peran penting dalam pengembangan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat. Sebagai contoh misalnya di Mesir, Saudi Arabia, Turki dan beberapa Negara lainnya pembangunan dan berbagai sarana dan prasarana pendidikan dan kesehatan dibiayai dari hasil pengembangan wakaf. Kesenambungan manfaat hasil wakaf dimungkinkan oleh berlakunya wakaf produktif yang didirikan untuk menopang berbagai kegiatan sosial dan keagamaan.²

¹Kementrian Agama Republik Indonesia Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pmeberdayaan Wakaf, 2006. 4.

²Fahmi Media, WAKAF PRODUKTIF DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM, La Riba Jurnal Ekonomi Islam Volume IV. No. 1 Juli 2010, 73.



Wakaf saham³ Secara konseptual mempunyai peluang yang unik untuk menciptakan investasi di bidang keagamaan, pendidikan, dan layanan sosial. wakaf saham merupakan hal yang mudah diwujudkan, mengingat harga saham terendah dari sebuah perusahaan dimulai dari harga Rp.50,-. Sehingga seorang muslim tidak memerlukan modal besar untuk mewakafkan harta yang dimilikinya.

Wakaf saham merupakan wacana yang baru di dunia pasar modal dengan tujuan untuk mengkonversi saham syariah menjadi wakaf untuk keperluan produktif atau sosial serta investor saham syariah terlibat aktif menjadi pelaku wakaf. Sehingga potensi wakaf saham sangat besar seiring dengan peningkatan signifikan jumlah investor saham syariah di Indonesia.⁴

Data yang dihimpun dari Kementerian Agama dapat diketahui bahwa masih rendahnya masyarakat yang melakukan wakaf. Hal ini dapat diakitkan pada pilihan produk wakaf yang ada oleh karena itu penelitian ini akan melihat bagaimana atribut yang diperoleh oleh seorang wakif apabila melakukan wakaf saham (asumsi jenis wakaf baru) melalui *Zero Comparison Effect*. Secara psikologis, konsumen memiliki *chronic* yang beragam, sehingga diperlukan penelitian tambahan untuk menguji apakah ada perbedaan intensi pembelian konsumen dari beragam *chronic*, yang diakibatkan oleh atribut nol dari produk

yang ditawarkan. Salah satu *chronic* konsumen adalah *mindset*, yaitu prosedur beroperasinya kognitif atau cara berpikir seseorang, dimana sebagian konsumen memiliki *mindset* deliberatif dan sebagian lainnya memiliki *mindset* implemental. Ketika seorang konsumen sedang memilih, dan ia sedang mempertimbangkan secara mendalam kelayakan masing masing pilihan yang ditawarkan kepadanya, maka *mindset*-nya (cara berpikirnya) sedang berada pada kondisi *deliberatif*. Setelah pilihan ditentukan, seorang konsumen kemudian memasuki sebuah fase yang dinamakan fase implementasi. Pada fase ini, konsumen mulai menggunakan cara berpikir yang implemental (*implemental mindset*). (Gollwitzer, Heckhausen, & Steller, 1990). Sehingga penulis memutuskan untuk mengambil judul “**Rekayasa Zero Comparison Effect pada Wakaf Saham Terhadap Transisi Mindset Wakif**”.

Penelitian ini akan meneliti masalah-masalah dari hasil *study* Palmeira (2011) menunjukkan bahwa *zero comparison effect* terjadi pada konsumen pada saat memilih produk sehari-hari. Tetapi penelitian dari Palmeira (2011) belum membuktikan, apakah *zero comparison effect* memiliki kekuatan yang sama untuk semua tipe konsumen. Secara psikologis, konsumen memiliki *chronic* yang beragam, sehingga diperlukan penelitian tambahan untuk menguji apakah ada perbedaan

³ Saham adalah

⁴ Sejak SOTS diluncurkan pada 2011 jumlah investor saham syariah di Indonesia mengalami peningkatan 85%. Pada tahun 2012

jumlah investor sebanyak 531 orang sedangkan pada tahun 2016 jumlah investor menjadi 9058 orang.

intensi wakaf dari beragam *chronic*, yang diakibatkan oleh atribut nol dari produk wakaf yang ditawarkan. Hal ini akan dilihat dari perspektif produk wakaf atau amal seorang wakif dalam mendistribusikan kewajiban membayar wakaf mengingat masih rendahnya wakaf dan diasumsikan dengan adanya model wakaf saham. Rumusan Masalah penelitian ini adalah Apakah seorang wakif saat ini dimanipulasi *Zero Comaprison Effect* pada jenis wakaf saham dapat mempengaruhi perubahan dari tipikal mindset wakif dalam membayar wakaf.

TINJAUAN PUSTAKA

Wakaf Produktif dan Wakaf Saham

Siraj dan Lim (2005) melakukan penelitian tentang bagaimana strategi untuk memberdayakan wakaf menjadi produktif. Menurut beliau ada 5 langkah strategi untuk memberdayakan wakaf agar menjadi wakaf produktif yaitu: Mengenali potensi dari konsep perputaran harta wakaf dengan melihat sejarah atau model wakaf yang sudah berjalan dan melakukan pembaharuan pada sistem wakaf dengan memberikan dukungan ide bagi pengembangan wakaf produktif pada tingkat lokal, nasional dan internasional diantara komunitas islam. Memfasilitasi pengembangan model wakaf modern dengan memberikan teknik manajemen modern pada wakaf sepanjang tujuannya tidak bertentangan dengan syariah. Mempromosikan filantropi islam melalui wakaf sehingga wakaf dapat menjadi tulang punggung bagi masyarakat dan berpotensi memainkan peran penting dalam pelayanan masyarakat. Di samping itu

wakaf dapat menjadi alternatif pada masa krisis ketika pemerintah sudah tidak sanggup lagi memenuhi seluruh kebutuhan masyarakat. Memodernisasi administrasi wakaf sehingga struktur manajemen wakaf dapat menjadi lebih efisien, transparan dan responsif serta menjalin kerjasama teknis dan bertukar pengalaman dengan Negara lain, lembaga pendidikan dan organisasi internasional untuk mengembangkan investasi wakaf asing. Membangun wakaf yang tidak produktif dengan membangkitkan komitmen dari wakif, nazhir, *investor* dan masyarakat sekitarnya yang mengetahui persis *benefit* dari tanah wakaf tersebut.

Selama ini orang beranggapan bahwa wakaf hanya bisa dilakukan dengan objek wakaf yang nilainya tinggi seperti tanah dan bangunan padahal wakaf bisa dilakukan dengan nilai aset yang terjangkau. Wakaf saham menyediakan sarana wakaf yang lebih terjangkau untuk investor syariah. Menurut Nicky Hogan pada silakan MES 2016 ketentuan umum wakaf saham diantaranya adalah: Investor yang dapat melakukan wakaf saham hanya investor syariah yang memiliki rekening saham syariah dan bertransaksi melalui sistem online trading syariah. AB yang memfasilitasi hanya AB SOTS. Objek wakaf hanya saham syariah yang masuk Daftar Efek Syariah (DES). Penyerahan saham syariah kepada pengelola wakaf bisa dilakukan secara kolektif oleh AB-SOTS (integrated) atau dilakukan secara mandiri sesuai pilihan investor syariah.

Menurut Nicky Hogan wakaf saham dapat diterapkan dengan dua model. Pertama wakaf yang bersumber dari investor saham dan wakaf yang



menjadikan saham syariah sebagai objek wakaf. Pada jenis pertama wakaf diambil dari keuntungan saham sekian persen, sehingga melibatkan AB-SOTS untuk melakukan pemotongan keuntungan. Pada jenis kedua sumber wakaf adalah saham syariah yang dibeli oleh investor, untuk kemudian saham syariah yang diwakafkan tersebut diserahkan ke lembaga pengelola investasi, sedangkan keuntungan dari wakaf SAham tersebut oleh lembaga pengelola investasi diserahkan ke pengelola wakaf.

Zero Comparison Effect

zero comparison effect terjadi pada produk-produk yang familiar (kartu kredit dan yogurt), sedangkan adanya panduan titik referensi menyebabkan pengaruh *zero comparison effect* menjadi lemah. *zero comparison effect* terjadi pada konsumen pada saat memilih produk sehari-hari. Tetapi penelitian dari Palmeira (2011) belum membuktikan, apakah *zero comparison effect* memiliki kekuatan yang sama untuk semua tipe konsumen.

Literatur yang signifikan telah menunjukkan bahwa seringkali konsumen tidak memiliki preferensi yang telah ditentukan sebelumnya dan hanya mengambil dari memori kapan pun mereka perlu membuat penilaian atau pilihan (Bettman et al 1998). Sebaliknya, konsumen dipengaruhi oleh unsur – unsur konteks, seperti pilihan yang ditetapkan. Seringkali, konsumen sadar akan pengaruh kontekstual dan sengaja menggunakan informasi ini sebagai masukan untuk pilihan. Misalnya, efek kompromi (Simonson 1989; Simonson

dan Tversky 1992) terjadi karena konsumen sengaja memilih pilihan jalur tengah dalam suatu pilihan.

Pentingnya poin referensi dalam penilaian dan pengambilan keputusan diakui oleh Tversky dan Kahneman (1991) dalam perluasan teori prospek mereka (Kahneman dan Tversky 1979) menjadi pilihan tanpa risiko. Ketergantungan referensi adalah salah satu prinsip dasar mereka fungsi nilai yang diusulkan, yang juga ditandai dengan kehilangan keengganan dan berkurangnya sensitivitas. Menurut sensitivitas yang berkurang, individu lebih sensitif terhadap perbedaan relatif antara nilai dari nilai absolut.

Penelitian tentang beberapa aspek psikologi manusia menunjukkan bahwa nol digunakan secara kualitatif berbeda dari pada jumlah lainnya, yang seringkali menyebabkan diskontinuitas dalam masa transisi dari jumlah kecil sampai nol. Misalnya, konsumen menggunakan norma pasar saat harga tidak nol, tapi kembali ke norma sosial ketika harganya nol (Heyman dan Ariely 2004). Probabilitas nol adalah juga dilihat secara substansial berbeda dari probabilitas yang sangat kecil (Kahneman dan Tversky 1979).

Minset

Pada dasarnya, teori minset mengandalkan perbedaan antara rangkaian tugas dan pola pikir (Gollwitzer 1991). Salah satu yaitu penyesuaian kognitif yang disengaja pada suatu prosedur (misalnya, menambahkan nomor) agar menguasai tugas yang diberikan dengan cara yang efektif; ini biasanya disesuaikan dengan

tugas yang ada (misalnya tugas penjumlahan). Pola pikir, sebaliknya menjelaskan konfigurasi prosedur kognitif (misalnya, berpikiran terbuka) yang melampaui tugas belaka dengan melakukan tugas selanjutnya (misalnya memutuskan mana perguruan tinggi yang ingin dipilih) tidak terkait dengan tugas yang membangkitkan mereka (misalnya, keputusan-ingin berlibur atau tidak). Saat ini inersia bisa digunakan dua cara. Pada generasi pertama penelitian tentang minset yang dirangkum dalam bagian berikut, efek bawaan dari pola pikir pada tugas yang tidak terkait dan tuntutan digunakan untuk menyelidiki dan menetapkan karakteristik dari pola pikir yang berbeda terkait dengan berbagai fase aksi.

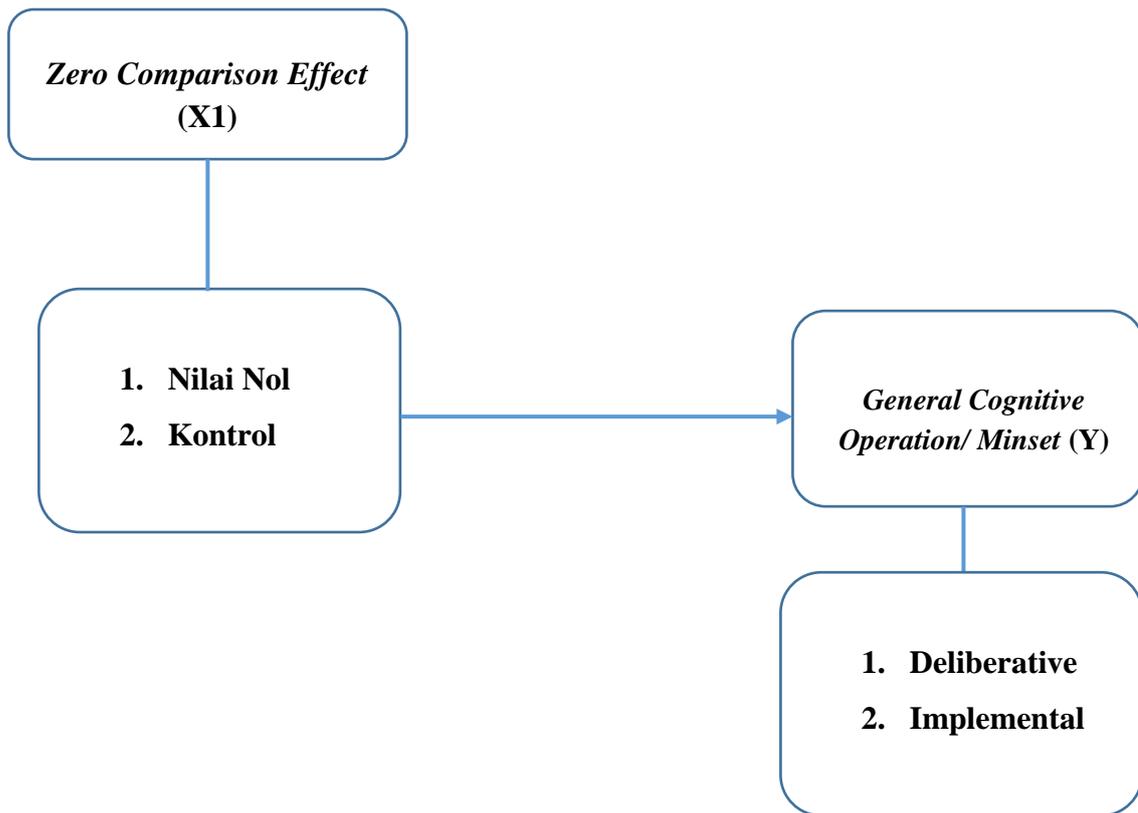
Jadi untuk mengeksplorasi apakah individu memang mengubah dan mengadaptasi pengolahan informasi selama berbagai fase mengejar tujuan. Baru-baru ini, generasi kedua penelitian tentang teori minset yang digunakan Inersia sebagai kesempatan untuk mempelajari cara pencarian tujuan yang tidak terkait dapat memfasilitasi atau menghambat kinerja seseorang pada tugas tertentu.

Penelitian tentang teori minset terutama berfokus pada karakteristik terdapat dua fase yang pertama dan pola pikir yang sesuai, yaitu fase *predecisional* dan *preactional* dengan pola pikir deliberatif dan implemental. Sebelum mengambil keputusan, merenungkan keinginan dan kelayakan yang diinginkan

dari tujuan (keinginan) membangkitkan pola pikir deliberatif yang ditandai oleh fitur berikut: keterbukaan (Fujita et al 2007), tidak memihak pemrosesan informasi yang diinginkan yang diinginkan (misalnya, pro dan kontra diberi bobot yang sama; Bayer dan Gollwitzer 2005), dan penilaian kelayakan yang obyektif (yaitu, pertimbangan realistis tentang kesulitan dan kemungkinan keberhasilan; Puca 2001).

HIPOTESIS

Penelitian ini akan menganalisis *Zero Comparison Effect* yaitu nilai nol dan Kontrol melalui manipulasi terhadap *General Cognitive Operation* yaitu *Deliberative Mindset* dan *Implemental Mindset* yang akan diberikan pada responden. Setelah diperoleh hasil manipulasi kedua variabel tersebut. Untuk melihat efek *Zero Comparison Effect* terhadap *General Cognitive Operation* maka digunakan ANOVA sebagai alat analisis data dalam kegiatan penelitian ini dengan membandingkan, sehingga dapat mengetahui hasil dari penelitian yang relevan. Penelitian diharapkan akan menjadi masukan bagi lembaga amal zakat dan wakaf yang melakukan kegiatan promosi dan sebagai strategi pemasaran perusahaan. Kerangka berfikir dalam penelitian ini yang telah diuraikan diatas dapat lihat dalam gambar dibawah ini:



Gambar 1 Bagan Kerangka Berifikir

Deliberative mindset dapat meningkatkan keteraksesan seseorang pada operasi kognitif (*general cognitive operation*) yang tidak berat sebelah, seimbang, objektif, tidak bias, realistis dalam menganalisa informasi yang masuk dalam rangka pengambilan keputusan (Armor & Taylor, 2003; Gagne & Lydon, 2001; Puca, 2001). Di samping itu, orang-orang yang berada dalam kondisi *deliberative* cenderung lebih terbuka terhadap informasi yang masuk (*open minded*), serta lebih memikirkan berbagai resiko yang mungkin terjadi (Taylor & Golwitzer, 1995). Oleh karena itu, konsumen yang memiliki *chronic* deliberatif akan lebih terbuka terhadap informasi titik referensi atau lebih terkontrol. Kecenderungan pada

tipikal seseorang yang memiliki karakteristik *deliberative mindset* sangat mudah terbuka terhadap hal yang baru terutama kegiatan beramal melalui wakaf. Atas dasar hal-hal di atas, maka kemudian dapat diajukan hipotesis: **H1: Pada kondisi Wakif *Deliberative Mindset* cenderung lebih tinggi Kontrol saat ditawarkan pilihan produk wakaf terbaru yaitu wakaf saham.**

Implemental mindset dapat mendorong beroperasinya kognitif seseorang untuk menjadi berat sebelah, subjektif, bias, tidak realistis dalam menganalisa informasi yang masuk dalam rangka pengambilan keputusan (Armor & Taylor, 2003; Gagne & Lydon, 2001; Puca, 2001). Di samping itu, orang-orang yang berada dalam kondisi

implementative mindset, cenderung lebih tertutup terhadap informasi yang masuk (*closed minded*), serta lebih kurang memikirkan berbagai resiko yang mungkin terjadi (Taylor & Golwitzer, 1995). Oleh karena itu, konsumen yang memiliki *chronic* Implemental akan lebih tertutup terhadap informasi titik referensi/control. Kecenderungan pada tipikal seseorang yang memiliki karakteristik *Implemental mindset* sangat tertutup terhadap hal yang baru terutama kegiatan beramal melalui wakaf dan biasanya langsung membayarkan wakaf saat wakaf itu merasa baru dan mudah untuk dilakukan tanpa berfikir terlalu lama. **H2: Pada kondisi Wakif *Implemental Mindset* cenderung lebih rendal *Kontrol* saat ditawarkan pilihan produk wakaf terbaru yaitu wakaf saham.**

METODE ANALISA DATA

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal yang bertujuan untuk menentukan perbedaan dengan memanipulasi satu atau lebih variabel bebas atau dengan melakukan pengendalian terhadap variabel penghubung lainnya. Metode yang digunakan dalam penelitian kausal ini adalah eksperimen atau percobaan. Studi desain yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *between subject 2 x 2: 2 (Zero Comparison Effect: Nol, Kontrol) x 2 (General Cognitive Operation: *Deliberative Mindset, Implemental Mindset*)* sebagai faktor eksperimen.

Tabel 1 Jumlah responden pada masing-masing sel

Manipulasi	<i>Deliberative Mindset</i>	<i>Implemental Mindset</i>
Nol	A (30)	C (30)
Kontrol	B (30)	D (30)

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data-data yang dibutuhkan adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Teknik pengumpulan data, Adapun teknik untuk memperoleh data yang diperlukan adalah dengan melakukan suryey melalui Penelitian Lapangan (*Field Research*) dengan cara mengunjungi langsung ke objek yang diteliti. Populasi dalam

penelitian ini jumlahnya diketahui yaitu seluruh masyarakat indonesia yang pernah melakukan wakaf. Penentuan sampel dari populasi digunakan acuan tabel yang dikembangkan para ahli salah satunya adalah Menurut Hair, et al. Penelitian eksperimen jumlah sampel minimum 15 dari masing-masing kelompok. Jadi pada penelitian *Experimental Design*, jumlah sampel



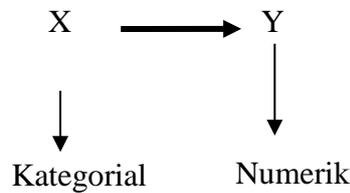
dalam penelitian ini ditetapkan 120 orang masing-masing kelompok 30 orang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor Sebagai Uji Validitas

Bila nilai KMO dibawah 0,5 maka analisis faktor tidak dapat digunakan atau diterima. Sedangkan nilai KMO yang dapat diterima adalah nilai di atas 0,5 yaitu 0,6 hingga 0,9. Nilai KMO dibawah 0,5 maka analisis faktor tidak dapat diterima.

Tujuan utama ANOVA adalah untuk menguji hipotesis tentang **perbedaan rerata- simpangan** (adjusted means) dengan memperhitungkan pengaruh linear X terhadap Y. Asumsi : X mempunyai pengaruh linear sama terhadap Y dalam semua sel yang dibentuk oleh Multi-faktor yang ditinjau. Model ini hanya berbicara mengenai tren tidak untuk menguji pengaruh X terhadap Y. Prasyarat faktor-X dihipotesiskan atau dapat diduga mempunyai pengaruh terhadap Y.



Urutan tersebut merupakan sequential (urutan waktu) “ Pengaruh Titik kontrol tinggi dan rendah wakif terhadap mideset wakaf *Deliberative* dan *implemental* “.

Populasi : Seluruh Masyarakat Yang Pernah Melaksanakan Wakaf Saham

Indikator Masalah (Y) : Minset (*Deliberative* dan *Implemental*)

Faktor Penyebab :

1. Zero Comparison Effect

1 = *Titik Kontrol Rendah atau Nol*

2 = *Titik Kontrol Tinggi atau Kontrol*

Dalam penelitian ini, terdapat dua hipotesis yang diuji, dan berdasarkan hasil pengujian, diperoleh kesimpulan bahwa semua hipotesis didukung oleh data. **H1: Pada kondisi Wakif *Deliberative Mindset* cenderung lebih tinggi *Kontrol* saat ditawarkan pilihan produk wakaf terbaru yaitu wakaf saham. H2: Pada kondisi Wakif *Implemental Mindset* cenderung lebih rendah *Kontrol* saat ditawarkan pilihan produk wakaf terbaru yaitu wakaf saham.**

Model 1 – Design a*b X

Persamaan regresi :

$$Y_{ijk} = \mu + (X1X2)_{ij} + \epsilon_{ijk}$$

Prasyarat: $\sum_i \sum_j (AB)_{ij} = 0$

Persamaan model regresi :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 [\text{Zero_Comparison_Effect} = 1] + \beta_2 [\text{Mindset} = 1] + \beta_3 [\text{Zero_Comparison_Effect}] [\text{Mindset}] + \varepsilon$$

** Untuk menguji hipotesa, perlu dipersiapkan tabel ‘intercept’ parameter β_i

	Mindset=1	Mindset=2	Selisih
Zero_Comparison_Effect =1	$\beta_0 + \beta_3$	β_0	β_3
Zero_Comparison_Effect =2	β_0	β_0	0
Selisih	β_3	0	

Isi pada masing-masing sel merupakan intercept sehingga selisih yang didapatkan merupakan perbedaan intercept.

β_0	β_1	β_2	β_3
-0,776	1,476	1,714	-3,276

	Mindset=1	Mindset=2	Selisih
Zero_Comparison_Effect =1	-4,052	-0,776	-3,276
Zero_Comparison_Effect =2	-0,776	-0,776	0
Selisih	-3,276	0	

Hipotesis :

1. **Utama** : Menguji hipotesis tentang perbedaan rerata simpangan Y antar setiap sel yang dibentuk oleh tingkat faktor Zero_Comparison_Effect dan Mindset.

Terdapat perbedaan rerata simpangan *Mindset* [Y] antar setiap sel yang dibentuk oleh derajat [Zero_Comparison_Effect] dan [Mindset]

$H_0 = (AB)_{ij} = 0$

$H_i = \text{bukan } H_0$

Pengujian hipotesa dengan menggunakan statistika Uji – F pada baris a * b

Dari tabel didapatkan hasil :

$F_0 = 248,802$

$Sig = 0,000 = \text{nilai - p}$

$db = 1/116$

Nilai-p < 0,05 maka H_0 ditolak

Kesimpulan : data mendukung hipotesis yang diajukan.

Dasar pengambilan keputusan :

Berdasarkan hasil uji General Linear Model ANOVA dan tabel perhitungan intercept, tingkat signifikan dapat dilihat pada kolom yang terdapat selisih maka diperoleh dasar pengambilan keputusan hipotesis:

Hipotesis H1:

Tabel perhitungan intercept menunjukkan terdapat selisih antara [Zero_Comparison_Effect = 1,00] [Mindset = 1,00] dan [Zero_Comparison_Effect = 1,00] [Mindset = 2,00] terhadap *Mindset* diperoleh hasil β_3 . Tingkat signifikan pada β_3 adalah 0,000, berarti nilai



signifikan $< 0,05$ jadi hipotesis H1 diterima.

Hipotesis H2:

Tabel perhitungan intercept menunjukkan terdapat selisih antara [Zero_Comparison_Effect = 1,00] [Mindset = 1,00] dan [Zero_Comparison_Effect = 2,00] [Mindset = 1,00] terhadap mindset diperoleh hasil β_3 . Tingkat signifikan pada β_3 adalah 0,000, berarti nilai signifikan $< 0,05$ jadi hipotesis H2 diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan uraian teori sebelumnya diperoleh informasi bahwa Orang-orang yang berada dalam kondisi *implementative mindset*, cenderung lebih tertutup terhadap informasi yang masuk (*closed minded*), serta lebih kurang memikirkan berbagai resiko yang mungkin terjadi (Taylor & Golwitzer, 1995). Oleh karena itu, konsumen yang memiliki *chronic Implemental* akan lebih tertutup terhadap informasi titik referensi/control. Kecenderungan pada tipikal seseorang yang memiliki karakteristik *Implemental mindset* sangat tertutup terhadap hal yang baru terutama kegiatan beramal melalui wakaf dan biasanya langsung membayarkan wakaf saat wakaf itu merasa baru dan mudah untuk dilakukan tanpa berfikir terlalu lama. Orang-orang yang berada dalam kondisi *deliberative* cenderung lebih terbuka terhadap informasi yang masuk (*open minded*), serta lebih memikirkan berbagai resiko yang mungkin terjadi (Taylor & Golwitzer, 1995). Oleh karena

itu, konsumen yang memiliki *chronic deliberatif* akan lebih terbuka terhadap informasi titik referensi atau lebih terkontrol. Kecenderungan pada tipikal seseorang yang memiliki karakteristik *deliberative mindset* sangat mudah terbuka terhadap hal yang baru terutama kegiatan beramal melalui wakaf. Tetapi diperoleh data dari analisis data bahwa *deliberative* lebih positif dievaluasi dibandingkan *Implemental*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pendahuluan, teori, metodologi, dan analisis data dapat diketahui bahwa penelitian mengukur *zero comparison effect* wakaf saham terhadap transisi mindset wakif. Penelitian ini menggunakan analisis Data ANOVA dalam pengambilan keputusan yang diselenggarakan dengan teori yang telah ada. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pada kondisi Wakif *Deliberative Mindset* cenderung lebih tinggi *Kontrol* saat ditawarkan pilihan produk wakaf terbaru yaitu wakaf saham dapat ditunjukkan dari nilai rerata kelompok kontrol lebih tinggi dari pada rerata kelompok *Deliberative Mindset*. Kesimpulan selanjutnya yaitu Khusus untuk kelompok Pada kondisi Wakif *Implemental Mindset* cenderung lebih rendah *Kontrol* saat ditawarkan pilihan produk wakaf terbaru yaitu wakaf saham. Dari uraian tersebut dapat ditunjukkan bahwa mindset dapat distimulus melalui kontrol *Zero Comparison Effect* dapat menjadi dasar dalam kegiatan edukasi wakaf saham.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka diperoleh saran-saran sebagai berikut: Perusahaan sekuritas untuk melaksanakan wakaf saham yang akan melakukan strategi *Zero Comaprison Effect* dalam ekgiatan kampanye amsif wakaf. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam jumlah sampel dan unit analisis, sehingga dapat dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai penelitian ini. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam situasi penelitian manipulasi atau masih membayangkan situasi. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dalam situasi sebenarnya, yaitu sampel penelitian diberikan diskon harga dan premium sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bettman, James R., Mary Frances Luce, and John W. Payne (1998), "Constructive Consumer Choice Processes," *Journal of Consumer Research*, 25 (December), 187–217.
- Gunasti, Kunter and William T. Ross (2009), "How Inferences about Missing Attributes Decrease the Tendency to Defer Choice and Increase Purchase Probability," *Journal of Consumer Research*, 35(February), 823-39.
- Gollwitzer, P.M. (1990). *Action phases and mind-sets*. InE. T. Higgins & R. M. Sorrentino (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior* (Vol. 2, pp. 53-92). New York: Guilford.
- Gollwitzer, P.M. (1999). *Implementation intentions: Strong effects of simple plans*. *American Psychologist*, 54, 493-503.
- Gollwitzer, P.M., & Bayer, U. (1999). *Deliberative versus implemental mindsets in the control faction*. InS. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual-process theories in social psychology* (pp. 403-422). New York: Guilford.
- Gollwitzer, P. M., & Brandstätter, V. (1997). *Implementation intentions and effective goal pursuit*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 186-199.
- Gollwitzer, P. M., Heckhausen, H., & Steller, B. (1990). *Deliberative and implemental mind-sets: Cognitive tuning toward congruous thoughts and information*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1119-1127.
- Gollwitzer, P. M., & Kinney, R. F. (1989). *Effects of deliberative and implemental mindsets on illusion of control*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 531-542.
- Hair, J.F.Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C. (1998), *Multivariate Data Analysis 5th Ed.*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Heyman, James and Dan Ariely (2004), "Effort for Payment: A Tale of Two Markets," *Psychological Science*, 15(November), 787-93.



- Kahneman, Daniel and Amos Tversky (1979), "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk," *Econometrica*, 47 (March), 265–91.
- Kivetz, Ran and Itamar Simonson (2000), "The Effects of Incomplete Information on Consumer Choice," *Journal of Marketing Research*, 37 (November), 427-48.
- Palmeira, Mauricio M. and H. Shanker Krishnan (2008), "Criteria Instability and the Isolated Option Effect," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 106 (July), 153-67.
- Shampanier, Kristina, Nina Mazar, and Dan Ariely (2007), "Zero as a Special Price: The True Value of Free Products," *Marketing Science*, 26 (November), 742-57.
- Shiv, Baba and Joel Huber (2000), "The Impact of Anticipating Satisfaction on Consumer Choice," *Journal of Consumer Research*, 27 (September), 202-16.
- Simonson, Itamar (1989), "Choice Based on Reasons: The Case of Attraction and Compromise Effects," *Journal of Consumer Research*, 16 (September), 158–73. _____ (1992), "The Influence of Anticipating Regret and Responsibility on Purchase Decisions," *Journal of Consumer Research*, 19 (June), 105-118.
- Simonson, Itamar and Amos Tversky (1992), "Choice in Context: Tradeoff Contrast and Extremeness Aversion," *Journal of Marketing Research*, 29, 281-95.
- Tversky, Amos and Daniel Kahneman (1991), "Loss Aversion and Riskless Choice: A Reference-Dependent Model," *Quarterly Journal of Economics*, 106 (November), 1039–62.
- Tversky, Amos and Itamar Simonson (1993), "Context-Dependent Preferences," *Management Science*, 39 (October), 1179-89.
- Wernerfelt, Birger (1995), "A Rational Reconstruction of the Compromise Effect: Using Market Data to Infer Utilities," *Journal of Consumer Research*, 21 (March), 627-33.
- Wong, Kin Fai Ellick and Jessica Y. Y. Kwong (2005), "Comparing Two Tiny Giants or Two Huge Dwarfs? Preference Reversals Owing to Number Size Framing," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 98 (September), 54-65.