

Strategic Insights into Cash Waqf Collection: An Analytical Network Approach

Wawasan Strategis tentang Pengumpulan Wakaf Tunai: Pendekatan Analytical Network

Syanisma Khansa Indirwan, Siti Inayatul Faizah

Departemen Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia
syanism.khansa.indirwan-2020@feb.unair.ac.id, siti-i-f@feb.unair.ac.id

ABSTRACT

This study was conducted to examine the problems and priority solutions to optimize the collection of cash waqf in East Java that can be implemented in the short and long term. The method used is quasi qualitative using the Analytical Network Process (ANP) method and analyzed using Benefit, Opportunity, Cost, and Risk (BOCR). The data was processed using Super Decision 2.10 software. There are several findings in the results of this study. First, the highest priority in optimizing cash waqf collection is the nazir aspect (0.53628), the wakif aspect (0.293), and finally the regulator aspect (0.17072). Second, based on short-term analysis, the main solution priority is transparency of financial reports and institutional performance (0.29476). Meanwhile, based on long-term analysis, the main solution priority is the socialization and education of cash waqf (0.16748). These findings emphasize the important role of nazir to be able to improve their competence in digital marketing to increase the collection of cash waqf at Waqf Institutions in East Java.

Keywords: Optimization, Collection, Cash Waqf, Analytical Network Process

Article History

Received: 17-03-2024

Revised: 09-10-2025

Accepted: 09-10-2025

Published: 13-10-2025

^{*}Corresponding Author:

Syanisma Khansa Indirwan

Open access under Creative
Commons Attribution-Non
Commercial-Share A like 4.0
International License
(CC-BY-NC-SA)



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji permasalahan dan solusi prioritas untuk mengoptimalkan penghimpunan wakaf uang di Jawa Timur yang dapat diimplementasikan pada jangka pendek dan jangka panjang. Metode yang digunakan adalah kualitatif kuasi dengan menggunakan metode Analytical Network Process (ANP) dan dianalisis menggunakan Benefit, Opportunity, Cost, dan Risk (BOCR). Data diolah dengan menggunakan software Super Decision 2.10. Terdapat beberapa temuan dalam hasil penelitian ini. Pertama, prioritas tertinggi dalam mengoptimalkan penghimpunan wakaf uang adalah aspek nazhir (0.53628), aspek wakif (0.293), dan yang terakhir aspek regulator (0.17072). Kedua, berdasarkan analisis jangka pendek prioritas solusi utama yaitu transparansi laporan keuangan dan kinerja lembaga (0.29476). Sedangkan berdasarkan analisis jangka panjang prioritas solusi utama yaitu sosialisasi dan edukasi wakaf uang (0.16748). Hasil temuan ini menekankan peran penting nazhir untuk dapat meningkatkan kompetensinya dalam digital marketing untuk meningkatkan penghimpunan wakaf uang pada Lembaga Wakaf di Jawa Timur.

Kata Kunci: Optimalisasi, Penghimpunan, Wakaf Uang, Analytical Network Process.

I. PENDAHULUAN

Islam merupakan agama yang sempurna, yang mengatur segala aspek dalam kehidupan manusia, baik aspek ibadah (hubungan manusia dengan Allah SWT) maupun aspek muamalah (hubungan manusia dengan manusia). Salah satu aspek muamalah adalah sistem ekonomi. Di dalam sistem ekonomi Islam, pendistribusian kekayaan secara adil dapat mewujudkan masyarakat yang sejahtera. Islam telah memerintahkan keadilan dalam seluruh aktivitas yang berhubungan dengan manusia (Azis, Harry Azhar dkk, 2017:38-39). Sehingga manusia bertanggung jawab terhadap efisiensi dan optimalisasi pengelolaan sumber daya guna mewujudkan keadilan dan kesejahteraan (Putra & Ratnasari, 2020). Salah satu bentuk dari pendistribusian kekayaan secara adil adalah dengan berbagi kepada sesama manusia, karena di dalam harta kita terdapat hak orang lain yang harus kita berikan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Adz-Dzariyat ayat 19 yang Artinya: Pada harta benda mereka ada hak bagi orang miskin yang meminta dan yang tidak meminta. Perintah tersebut menunjukkan pentingnya keadilan dalam distribusi kekayaan. Distribusi kekayaan yang benar menghasilkan kesejahteraan rakyat. Islam sendiri sudah memiliki instrumen sosial yang dapat mewujudkan hal tersebut yaitu zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf. Keempat instrumen Islam memiliki implikasi keuangan yang luar biasa bila digunakan dengan benar dan sesuai dengan prinsip Syariah. Salah satu instrumen yang saat ini sedang dikembangkan oleh pemerintah adalah waka.

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia tentu memiliki potensi yang besar terhadap pengelolaan wakaf. Berdasarkan data dari (The Royal Islamic Strategic Studies Centre, 2022) umat Muslim di Indonesia tercatat sebanyak 237.558.000. Jumlah tersebut setara dengan 86,7% populasi di dalam negeri. Tentunya jumlah penduduk muslim yang banyak mempengaruhi potensi wakaf yang besar di Indonesia. Potensi wakaf yang besar di Indonesia dapat dijadikan solusi untuk menangani permasalahan ekonomi di Indonesia. Hal ini bisa tercapai jika penduduk Indonesia memiliki kesadaran untuk berwakaf secara rutin, maka manfaat yang dihasilkan dari wakaf tersebut dapat menyelesaikan permasalahan ekonomi, paling tidak penduduk Indonesia sudah tidak akan lagi kekurangan kebutuhan pokok (Syamsuri, dkk., 2020).

Perkembangan wakaf di Indonesia masih memiliki beberapa kendala. Di antaranya adalah mengenai pemahaman masyarakat terkait ruang lingkup wakaf yang hanya sebatas aset tidak bergerak. Sampai saat ini wakaf terkadang diarahkan ke dalam aset tidak bergerak seperti tanah, bangunan, dan sumur yang diambil airnya (Lubis, 2020). Masyarakat Indonesia masih memiliki pola pikir yang terbatas terkait wakaf yang hanya bisa disalurkan melalui 3M yaitu masjid, makam dan madrasah. Dilansir dari *siwak.kemenag.go.id* data penggunaan tanah wakaf di Indonesia hingga pertengahan Agustus 2023.

Tabel 1. Penggunaan Tanah Wakaf di Indonesia

Penggunaan Tanah Wakaf	Jumlah Lokasi	Persentase
Masjid	191.270	43,51%
Musholla	122.630	27,90%
Sekolah	47.336	10,77%
Sosial Lainnya	41.183	9,37%
Makam	19.135	4,35%
Pesantren	18.018	4,10%

Sumber: Siwak Kemenag (2023)

Berdasarkan data yang telah disajikan di atas, menunjukkan bahwa alokasi wakaf di Indonesia masih berfokus pada benda yang tidak bergerak. Hal tersebut mengindikasikan masih banyak masyarakat Indonesia yang berorientasi bahwa tujuan wakaf hanya sebatas kepentingan sosial dan spiritual. Padahal wakaf juga dapat berperan pada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Wakaf memiliki peluang besar untuk investasi dalam pengelolaan yang manfaatnya dapat dialokasikan pada bidang pendidikan, pelayanan sosial dan keagamaan (Lubis, 2020). Seiring dengan berjalannya waktu, wakaf telah mengalami perkembangan bukan hanya benda tidak bergerak, namun kini benda bergerak dapat dijadikan sebagai objek wakaf misalnya uang (Sulistiyani et al., 2020). Saat ini uang tunai merupakan bagian penting dari sistem ekonomi yang dapat digunakan sebagai alat transaksi, sehingga uang dianggap mempermudah tujuan ibadah dan kini wakaf hadir dengan bentuk uang tunai (Lubis, 2020).

Di Indonesia wakaf uang merupakan suatu bentuk wakaf yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Berdasarkan data dari Badan Wakaf Indonesia (BWI) potensi penggunaan dari wakaf uang dapat mencapai 180 triliun setiap tahunnya, namun menurut data realisasi pada tahun 2020 masih

belum dapat terlaksana dengan baik sehingga pengumpulan wakaf uang hanya terkumpul 819.36 Miliar (BWI, 2021). Fenomena tersebut dapat terjadi dikarenakan pemahaman masyarakat terkait wakaf yang tergolong masih rendah. Menurut data Badan Wakaf Indonesia (BWI) saat ini pemahaman masyarakat mengenai wakaf hanya mencapai 57,67% (Waldelmi et al., 2022). Akibat dari pemahaman masyarakat mengenai wakaf yang masih rendah, penghimpunan dari wakaf uang menjadi tidak maksimal.

Jawa Timur sebagai provinsi dengan jumlah penduduk muslim yang besar yakni sebanyak 40.179.566 jiwa (Kemenag RI, 2022). Tentu saja dengan jumlah penduduk muslim yang mayoritas, memiliki potensi besar dalam penghimpunan wakaf uang jika dapat dioptimalkan. Selain itu, budaya keislaman yang erat kaitannya dengan religiusitas masih sangat kental di masyarakat Jawa Timur dapat memberikan peluang bagi masyarakat untuk turut serta berkontribusi dalam wakaf uang. Seseorang yang memiliki religiusitas yang tinggi, maka semakin besar peluang untuk berwakaf uang (Shadiqqy, 2019). Selain itu, Efrizon dalam Hasim dkk. (2016) menyampaikan bahwasanya masyarakat yang memiliki pemahaman agama dan mengetahui informasi MUI terkait wakaf uang maka akan dengan mudah menerima praktik wakaf uang. Meskipun Jawa Timur memiliki jumlah penduduk muslim yang tinggi, realisasi penghimpunan wakaf uang masih jauh dari potensinya. Penghimpunan wakaf uang di Jawa Timur masih belum dikatakan optimal.

Peneliti membuat sebuah asumsi potensi dana wakaf uang. Berdasarkan informasi kominfo.jatimprov.go.id upah minimum di Jawa Timur pada tahun 2023 sebesar Rp. 2.040.244. Peneliti membuat asumsi dengan tarif wakaf per bulan sebesar Rp1.000, Rp5.000, dan Rp10.000 dan masyarakat yang mampu untuk berwakaf. Berikut merupakan asumsi potensi wakaf uang di Jawa Timur:

Tabel 2. Asumsi Potensi Wakaf Uang di Jawa Timur

Tingkat Penghasilan/Bulan (Rp)	Jumlah Muslim (jiwa)	Tarif Wakaf/Bulan (Rp)	Potensi Wakaf Uang/Bulan (Rp)	Potensi Wakaf Uang/Tahun (Rp)
2 juta	40 juta	1.000	40 milyar	480 milyar
2 juta	40 juta	5.000	200 milyar	2.4 triliun
2 juta	40 juta	10.000	400 milyar	4.8 triliun

Sumber: Jatimprov (2023)

Berdasarkan tabel asumsi potensi wakaf uang di atas, Jawa Timur memiliki potensi yang sangat besar apabila penghimpunan wakaf uang dapat dilakukan dengan optimal. Namun pada realisasinya, penghimpunan wakaf uang yang telah dilakukan oleh beberapa lembaga nazhir berskala nasional belum mencapai angka potensi tersebut. Sebagai contoh, berdasarkan data dari Badan Wakaf Indonesia (BWI) realisasi penghimpunan wakaf uang provinsi Jawa Timur pada tahun 2023 terkumpul sebesar Rp. 61.908.976.353 miliar (BWI, 2023). Angka ini masih sangat jauh dari potensi yang dimiliki. Sehingga dugaan peneliti, bahwa penghimpunan wakaf uang di Jawa Timur masih belum optimal.

Dalam proses penghimpunan wakaf uang, Lembaga Wakaf melibatkan beberapa pihak agar dapat optimal. Pihak-pihak tersebut adalah nazhir, wakif, dan regulator. Namun dalam prosesnya ditemukan beberapa masalah dalam melakukan penghimpunan. Dilansir melalui kneks.go.id (Budiarto, 2021) memaparkan bahwasanya salah satu permasalahan belum optimalnya penghimpunan wakaf uang adalah kemampuan nazhir dalam memanfaatkan teknologi yang masih rendah. Padahal nazhir memegang tanggung jawab besar dalam kegiatan *fundraising*. Dalam Naim, (2019) dijelaskan bahwasanya kegiatan penghimpunan wakaf tidak dapat lepas dari peran nazhir. Salah satu tugas terpenting nazhir adalah melaksanakan aktivitas penghimpunan (Rozalinda dalam Agita & Anwar, 2021).

Berdasarkan fenomena tersebut, saat ini perlu untuk mengembangkan potensi wakaf uang, mengingat potensi yang dimiliki sangat besar namun realisasi penghimpunan masih belum optimal (Wulandari dkk, 2019). Maka diperlukan pandangan secara luas yang mampu melihat kondisi secara umum terkait penghimpunan wakaf uang di Jawa Timur. Selain itu, tiga aspek yang penting dalam penghimpunan wakaf uang juga perlu dianalisis untuk mengetahui penyebab permasalahan belum optimalnya realisasi wakaf uang. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui permasalahan penghimpunan wakaf uang di Jawa Timur yang mencakup tiga aspek: Nazhir, Wakif, dan Regulator. Serta mengkaji solusi prioritas dari permasalahan yang ada, sehingga solusi yang dihasilkan dapat diimplementasikan dalam jangka pendek dan jangka panjang dengan menggunakan analisis *Benefit, Opportunity, Cost, dan Risk* (BOCR). Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut penelitian ini

dengan judul “Tantangan Penghimpunan Wakaf Uang pada Lembaga Wakaf di Jawa Timur (Pendekatan Analytical Network Process Benefit, Opportunity, Cost, dan Risk).”

II. KAJIAN LITERATUR

Wakaf Uang

Secara bahasa Arab, istilah wakaf uang adalah *Shart al-Waqif* (Laila dkk., 2022). Selain itu dalam Mauluddin & Rahman (2018) wakaf uang juga disebut dengan *monetary waqf* yang jika secara bahasa Arab berarti *waqf al-nuqud*. Wakaf uang dapat diartikan sebagai wakaf amal yang didirikan dengan modal uang tunai (Cizakca, 2004). Kahf & Mohamed (2017) menyebut wakaf uang sebagai kepemilikan abadi atau sementara atas uang tunai yang diwakafkan agar menghasilkan manfaat atau hasil yang berulang untuk tujuan kepentingan umum atau pribadi, sesuai dengan ketentuan dari pemberi. Sementara menurut Azganin dkk. (2021) wakaf uang merupakan bentuk penyerahan dana secara konsisten dari para wakif yang kemudian diinvestasikan dalam bentuk aset produktif sehingga akan menghasilkan manfaat yang dapat dirasakan hingga masa yang akan datang dengan tetap mempertimbangkan kebijaksanaan yang diberikan oleh wakif ataupun penerima manfaat (*mauquf alaih*).

Uang memiliki peran penting dalam transaksi ekonomi di penjuru dunia. Saat ini fungsi uang tidak hanya sebagai alat tukar, namun sudah dianggap sebagai benda walaupun terjadi perbedaan pendapat di antara jumur ulama. Perbedaan hukum wakaf uang dikalangan para imam empat mazhab, Mazhab Hanafi berpendapat bahwa wakaf uang diperbolehkan karena sudah menjadi *urf* (adat kebiasaan), Mazhab Maliki berpendapat bahwa berwakaf boleh dengan dinar dan dirham, sementara Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanbali tidak memperbolehkan wakaf uang dikarenakan akan lenya ketika dibelanjakan sehingga sulit mengekalkan zatnya (BWI, 2021). Namun dalam penelitian Mauluddin & Rahman (2018) para sarjana Muslim kontemporer bersepakat untuk mengizinkan wakaf uang sebagai harta benda wakaf karena keberlanjutan uang saat diinvestasikan.

Model wakaf uang dalam Undang-undang dibagi menjadi dua model, yakni wakaf uang dengan kurun waktu tertentu dan wakaf uang dengan kurun waktu selamanya (Aldeen dkk., 2020). Wakaf uang dengan kurun waktu tertentu telah tertuang dalam peraturan BWI No. 1 Tahun 2020 tentang Pedoman Pengelolaan dan Pengembangan Harta Benda Wakaf memiliki waktu paling singkat 1 (satu tahun) dan paling sedikit Rp1.000.000 (satu juta rupiah). Sedangkan untuk praktek wakaf uang dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Untuk wakaf uang secara langsung adalah ketika penyaluran wakaf uang yang terhimpun digunakan untuk membangun kembali harta wakaf lama, sedangkan jika wakaf uang tidak langsung akan diinvestasikan kepada proyek yang diperbolehkan secara Syariah maupun hukum dan mendistribusikan hasil keuntungannya (Mohsin, 2013).

Penghimpunan Wakaf

Kegiatan penghimpunan wakaf atau yang dikenal dengan istilah *fundraising*, berasal dari kata “*fund*” yang berarti pendanaan dan “*rise*” berarti meningkatkan, sehingga *fundraising* memiliki arti meningkatkan pendanaan. *Fundraising* adalah proses persuasi kepada calon wakif atau masyarakat untuk melakukan amal kebajikan dengan memberikan uang sebagai wakaf atau untuk sumbangan pengelolaan harta wakaf (Rozalinda dalam Agita dan Anwar, 2021). *Fundraising* merupakan istilah lain dalam penghimpunan dana wakaf dimana kegiatan ini merupakan proses mempengaruhi calon *wāqif* agar mau berwakaf (BWI, 2009). Selain itu, *fundraising* juga dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang menghimpun dana dari sumber daya wakif atau donatur wakaf yang terdiri dari organisasi, kelompok, pemerintah, ataupun perusahaan (Agita & Anwar, 2021). Dalam Soleh, M (2020) memaparkan bahwa kegiatan *fundraising* saat ini tidak hanya berorientasi pada pengumpulan dana, tapi juga kegiatan pemasaran. Dengan adanya kegiatan penghimpunan dana wakaf mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait wakaf uang dan membantu mencapai tujuan wakaf yang memiliki potensi besar di Indonesia. Beberapa tujuan *fundraising* adalah sebagai berikut (April, P. dalam Faradis dkk. 2015):

1. Pengumpulan dana
Dalam konteks ini, dana yang dimaksud tidak hanya uang, melainkan dana dalam arti luas, yang mencakup barang dan jasa yang memiliki nilai materi.
2. Menghimpun para wakif
Badan wakaf yang baik adalah yang mencatat jumlah wakif yang bertambah disetiap harinya. Dengan jumlah wakif yang bertambah otomatis jumlah dana yang terhimpun semakin meningkat.
3. Meningkatkan citra lembaga badan wakaf
Segala sesuatu yang dilakukan oleh sebuah organisasi pengelola badan wakaf, baik secara langsung

maupun tidak langsung akan berdampak pada reputasi organisasi itu sendiri.

4. Ketika sebuah badan wakaf menghimpun dana wakaf terdapat tujuan jangka panjang, yaitu untuk memastikan bahwa wakaf tetap memberi sumbangan kepada badan wakaf.

III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode *Analytical Network Process* (ANP) dan dianalisis dengan *Benefit, Opportunity, Cost, and Risk* (BOCR). Pemilihan metode ANP BOCR disesuaikan dengan tujuan penelitian, yakni menentukan solusi terbaik untuk optimalisasi penghimpunan wakaf uang pada Lembaga Wakaf di Jawa Timur dengan mempertimbangkan aspek *Benefit, Opportunity, Cost, and Risk* (BOCR) dari solusi yang diusulkan dalam jangka pendek dan jangka panjang. Pendekatan ANP pertama kali dikenalkan oleh oleh Thomas Saaty. Rusydiana & Hasib (2019) menjelaskan mengenai perkembangan analisis ANP yang berasal dari *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yakni pada tahun 1977. ANP menggunakan konsep umum dalam pengukuran relatif yang berupa rasio prioritas komposit, skala rasio terdiri dari individu yang mencerminkan pengukuran relatif dari pengaruh elemen yang saling terkait, sesuai pada kriteria tertentu (Saaty, 2001).

ANP memiliki kelebihan dibandingkan dengan metode lain dalam penelitian *decision making*. Dijelaskan dalam (Peniwati, 2005) pendekatan ANP relatif memiliki kelebihan dibandingkan dengan pendekatan pengambilan keputusan lain berdasarkan aneka kriteria dengan rincian abstraksi masalah, keluasan model struktur, kedalaman struktur, dan dasar ilmiah serta validitas hasil.

Metode pengambilan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2013: 218) *purposive sampling* merupakan teknik yang melibatkan pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu, seperti kemampuan dalam menjawab pertanyaan peneliti atau karena posisi jabatan mereka yang memudahkan peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan dengan situasi sosial atau objek yang diteliti. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pakar ekonomi Islam dalam bidang *Islamic Social Finance*, yang dibagi menjadi tiga kluster: akademisi, regulator, dan praktisi. Pada model ANP BOCR, informan tidak hanya mengisi kuesioner melainkan peneliti juga melakukan wawancara mendalam. Tujuannya adalah untuk melengkapi validitas hasil kuesioner yang telah diisi oleh informan sebelumnya, selain itu juga untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan oleh peneliti.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Ranking Keseluruhan Prioritas Kriteria Masalah

Aspek	Kode	Realistik	Ranking
Nazhir	A	0.53628	1
Wakif	B	0.293	2
Regulator	C	0.17072	3
Nazhir	A1	0.55491	1
	A2	0.31538	2
	A3	0.12971	3
Wakif	B1	0.62066	1
	B2	0.16188	3
	B3	0.21746	2
Regulator	C1	0.5381	1
	C2	0.29516	2
	C3	0.16674	3

Berdasarkan Tabel 3 masalah (A) Nazhir menjadi indikator prioritas utama dalam permasalahan optimalisasi penghimpunan wakaf uang pada Lembaga Wakaf dengan nilai rata-rata sebesar 0.53628. Dengan *rater agreement* yang dihasilkan dari kriteria ini sebesar 0.77 ($w=0.77$) yang berada pada skala kuat hingga sempurna. (A1) Minimnya pengetahuan nazhir dalam penghimpunan wakaf uang berbasis digital marketing menjadi indikator permasalahan utama pada kluster sub kriteria nazhir dengan nilai rata-rata sebesar 0.55491. (B1) Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang menjadi permasalahan utama pada kluster sub kriteria wakif dengan nilai rata-rata sebesar 0.62066. Dan indikator utama pada sub kriteria masalah regulator adalah (C1) Masih rendahnya sosialisasi UU wakaf dan peraturan turunannya dengan nilai rata-rata sebesar 0.5381.

Tabel 4. Prioritas Solusi Jangka Pendek

Kode	B	O	C	R	BO/CR		Ranking
					Total	Normalized	
SA1	0.35	0.33	0.2	0.12	0.7124034	0.071956795	5
SA2	0.850 235	0.837 89	1	1	0.34457561	0.034804096	9
SA3	0.295 559	0.336 445	0.652 668	0.442 162	0.78609012	0.079399572	4
SB1	0.452 721	0.702 846	0.652 668	0.620 192	1.80212447	0.182024819	2**
SB2	1	1	0.562 573	0.986 362	3.67309771	0.371003756	1*
SB3	0.696 768	1	0.300 573	0.631 111	0.64566983	0.065216324	6
SC1	0.512 946	0.680 577	0.562 573	0.961 08	0.91630749	0.092552267	3***
SC2	0.645 055	0.778 798	0.562 573	0.974 544	0.52465396	0.052993033	7
SC3	0.524 413	0.707 644	1	0.707 319	0.49551011	0.050049338	8

Berdasarkan Tabel 4 (SB2) Meningkatkan transparansi laporan keuangan dan kinerja Lembaga Wakaf kepada seluruh pemangku kepentingan dengan nilai rata-rata sebesar 0.371003756, kemudian untuk prioritas kedua (SB1) Meningkatkan sosialisasi dan edukasi wakaf uang kepada masyarakat, baik melalui sosial media ataupun daring dengan pendekatan yang berbeda di setiap generasi masyarakat dengan nilai rata-rata sebesar 0.182024819, dan prioritas solusi yang terakhir adalah (SC1) Melakukan edukasi publik secara masif terkait UU wakaf dengan nilai rata-rata sebesar 0.092552267.

Tabel 5. Prioritas Solusi Jangka Panjang

Kode	B	O	C	R	bB+oO-cC-rR		Ranking
					Total	Normalized	
SA1	0.35	0.33	0.2	0.12	0.25408595	0.187012999	2**
SA2	0.850 235	0.837 89	1	1	0.03087946	0.02272798	7
SA3	0.295 559	0.336 445	0.652 668	0.442 162	0.18543489	0.136484268	3***
SB1	0.452 721	0.702 846	0.652 668	0.620 192	0.44912196	0.330563908	1*
SB2	1	1	0.562 573	0.986 362	0.0026432	0.001945455	9
SB3	0.696 768	1	0.300 573	0.631 111	0.17627731	0.129744082	4
SC1	0.512 946	0.680 577	0.562 573	0.961 08	0.00325431	0.002395246	8
SC2	0.645 055	0.778 798	0.562 573	0.974 544	0.13218879	0.097293936	5
SC3	0.524 413	0.707 644	1	0.707 319	0.12476808	0.091832125	6

Berdasarkan Tabel 5 (SB1) Meningkatkan sosialisasi dan edukasi wakaf uang kepada masyarakat, baik melalui sosial media ataupun daring dengan pendekatan yang berbeda di setiap generasi masyarakat dengan nilai rata-rata sebesar 0.330563908, kemudian untuk prioritas kedua (SA1) Meningkatkan berbagai platform media digital untuk fundraising dengan nilai rata-rata sebesar 0.187012999, dan yang terakhir adalah (SA3) Melakukan pelatihan konsep friendraising kepada nazhir dengan nilai rata-rata sebesar 0.136484268.

Prioritas Masalah

Berdasarkan Tabel 3 masalah (A) Nazhir menjadi indikator prioritas utama dalam permasalahan optimalisasi penghimpunan wakaf uang pada Lembaga Wakaf dengan nilai rata-rata sebesar 0.53628.

Semua informan memberikan tanggapan yang sama, bahwa nazhir merupakan faktor terpenting dalam optimalisasi penghimpunan wakaf uang pada Lembaga Wakaf. Namun dalam praktiknya masih banyak dijumpai permasalahan pada kriteria nazhir, sehingga penghimpunan wakaf uang belum optimal.

Dalam praktik penghimpunan wakaf uang diperlukan kinerja nazhir yang profesional dan totalitas. Namun dalam praktiknya masih ditemukan beberapa permasalahan yang dialami oleh nazhir. Dilansir melalui (KNEKS, 2019) Imam Teguh Saptono selaku wakil ketua BWI menyampaikan bahwa salah satu tantangan penyebab pengumpulan wakaf uang belum maksimal adalah profesionalitas nazhir. Lebih lanjut, beliau memaparkan bahwasannya kompetensi nazhir wakaf uang perlu ditingkatkan khususnya skill dalam manajerial aset wakaf. Selain itu, masih terdapat nazhir yang belum mengoptimalkan perkembangan digital (Budiarto, 2021). Sedangkan di era yang serba digital saat ini, seharusnya nazhir memanfaatkan peluang tersebut untuk memaksimalkan sosialisasi wakaf uang. Selain itu, masih terdapat nazhir yang tidak memahami konsep *friendraising* (FOZ, 2022). Dalam proses fundraising hubungan nazhir dengan wakif semata-mata tidak hanya untuk penghimpunan dana wakaf, melainkan juga membangun hubungan yang baik sesama sahabat atau saudara. Hal ini dilakukan untuk menjaga komunikasi dengan wakif, agar wakif memiliki rasa kepercayaan dengan Lembaga Wakaf.

Di Jawa Timur sebagian besar nazhir masih berstatus perseorangan (Huda dkk, 2017). Hal tersebut menjadi penyebab tidak maksimalnya pengelolaan wakaf uang. Sedangkan dengan tidak optimalnya pengelolaan harta wakaf akan menurunkan akuntabilitas dari si pengelola wakaf sehingga tidak mendapat kepercayaan dari masyarakat dalam mengelola wakaf (Huda dkk, 2017). Dengan kondisi tersebut masyarakat semakin enggan untuk berwakaf uang karena tidak percaya bahwa harta yang dikeluarkannya dapat dikelola secara profesional. Berdasarkan beberapa permasalahan nazhir yang ditemukan, para pakar sepakat untuk kriteria permasalahan prioritas terletak pada aspek nazhir. Agar dapat mengoptimalkan penghimpunan wakaf uang pada Lembaga Wakaf di Jawa Timur, diperlukan sumber daya nazhir yang profesional dalam menjalankan tugasnya (Hasanah dkk, 2020).

Prioritas Masalah Nazhir

Berdasarkan Tabel 3 permasalahan prioritas pada kriteria masalah nazhir adalah (A1) Minimnya pengetahuan nazhir dalam penghimpunan wakaf uang berbasis *digital marketing* dengan nilai bobot sebesar 0.55491. Semakin berkembangnya zaman dan pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia saat ini berada pada era digital. Dilansir melalui Databoks, Annur (2023a) menjelaskan bahwa jumlah penggunaan internet di Indonesia per Januari 2023 sebanyak 77% dari total populasi Indonesia. Selain itu Annur (2023a) juga menyampaikan bahwa masyarakat Indonesia menggunakan internet dengan rata-rata waktu selama 7 jam 42 menit dalam sehari. Dengan kondisi tersebut membuat pemasaran Lembaga Wakaf di Indonesia tidak dapat terlepas dari peran media digital. Pemasaran merupakan tindakan yang dilakukan oleh suatu lembaga atau perusahaan dengan tujuan untuk mempertahankan eksistensi atau keberlanjutan lembaga atau perusahaan tersebut (Fiqhyani, 2014). Untuk menjalankan kegiatan filantropi Islam yaitu menghimpun dana wakaf uang, tentu saja dibutuhkan strategi pemasaran untuk dapat mencapai target donasi dari masyarakat, sehingga tujuan dari Lembaga Wakaf dapat tercapai.

Berdasarkan hasil penelitian Muntazah dan Andhikasari (2021) media digital memiliki peranan penting dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh Lembaga Filantropi Islam di Indonesia. Namun sayangnya masih banyak nazhir yang belum mampu menguasai hal tersebut dengan optimal. Hal ini konsisten dengan pernyataan (Budiarto, 2021) salah satu penyebab yang menjadikan penghimpunan wakaf uang belum dapat optimal adalah rendahnya kapasitas nazhir serta belum mampu memanfaatkan teknologi secara maksimal. Pada Lembaga Wakaf seringkali masih dijumpai nazhir yang kurang memahami atau menguasai *digital marketing* sehingga penghimpunan wakaf uang tidak berjalan dengan optimal. Kondisi demikian juga sejalan dengan penelitian (Agita & Anwar, 2021) yang menyatakan bahwa kurang optimalnya penghimpunan wakaf uang pada Lembaga Wakaf Al-azhar karena terbatasnya kualitas dan kuantitas nazhir dalam menjalankan *fundraising*.

“...Masih sebagian besar nazhir belum mampu memanfaatkan perkembangan teknologi digital. Penggunaan *digital marketing* yang tidak profesional akan membuat sosialisasi program wakaf uang kurang menarik di mata masyarakat, selain itu nazhir masih menggunakan cara-cara tradisional untuk mencari wakif...” Menurut Ahmad Maulana, nazhir harus dapat menguasai digital marketing dalam pelaksanaan penghimpunan wakaf uang. karena saat ini aktivitas masyarakat sudah banyak dilakukan melalui digital, maka rugi jika hal tersebut tidak dimanfaatkan dengan baik.

Terlebih lagi saat ini profesi nazhir masih menjadi pekerjaan sampingan. Prihatna dkk. (2006) menemukan masih sebagian besar 85% profesi nazhir di Indonesia merupakan profesi sampingan. Dengan adanya permasalahan tersebut, dibutuhkan sumber daya nazhir yang dapat bekerja secara profesional termasuk memiliki pengetahuan dan memahami konsep *digital marketing*, menjadikan nazhir sebagai profesi utamanya, dan mulai menerapkan konsep *friendraising* dalam proses penghimpunan wakaf uang.

Prioritas Masalah Wakif

Berdasarkan Tabel 3 tersebut permasalahan prioritas pada kriteria masalah wakif adalah (B1) Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang dengan nilai bobot sebesar 0.62066. Masalah pemahaman yang rendah terkait wakaf uang juga dihadapi oleh ekonomi dan keuangan syariah secara umum. Abel dkk. (2018) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan aspek kunci dalam mencapai inklusi keuangan. Literasi memiliki peran yang signifikan menunjang pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang. Jika masyarakat memiliki pemahaman yang rendah, tentu saja potensi wakaf uang yang ada di Jawa Timur tidak akan optimal dalam pelaksanaannya.

Kriteria wakif juga menjadi fokus masalah prioritas, terutama terkait dengan rendahnya pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang. Berdasarkan data survei indeks literasi wakaf secara nasional pada tahun 2020 memperlihatkan bahwa indeks literasi wakaf secara keseluruhan memperoleh skor 50,48 yang tergolong dalam kategori rendah, survei terdiri dari nilai literasi pemahaman wakaf dasar sebesar 57,67 dan nilai literasi pemahaman wakaf lanjutan sebesar 37,97 (BWI, 2020). Dengan nilai indeks literasi wakaf yang masih tergolong rendah tentu saja memengaruhi pemahaman masyarakat terkait wakaf uang yang juga masih rendah. Dilansir melalui KNEKS, rendahnya literasi menjadi salah satu penyebab belum optimalnya potensi wakaf uang (Budiarto, 2021).

Guritno, direktur wakaf LMI di Surabaya, menyatakan:

“... sejauh ini kendala dalam mengoptimalkan wakaf uang yaitu masih banyak masyarakat yang tidak memahami apa itu wakaf uang, bahkan masih banyak juga yang tidak tahu sama sekali dengan wakaf uang, dan itu menjadi tugas bagi suatu Lembaga Wakaf agar dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang...”

Menurut Guritno, pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang di Jawa Timur masih menjadi salah satu persoalan yang utama. Karena hal tersebut Lembaga Wakaf kesulitan untuk mensosialisasikan program wakaf uang yang dimilikinya. Hal ini sejalan dengan penelitian Wulandari dkk. (2019) pemahaman umat Islam terhadap wakaf masih terbatas pada wakaf yang umumnya berupa aset tetap seperti tanah yang pada dasarnya kurang produktif, sehingga kurang memberi manfaat kepada sesama umat. Penelitian yang dilakukan oleh Albijili dkk. (2022) menyatakan bahwa kurang optimalnya penghimpunan wakaf uang berkaitan dengan pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang yang masih rendah. Apabila masyarakat memiliki pemahaman yang cukup terkait wakaf uang, hal ini bisa menjadi faktor utama untuk dapat melaksanakan wakaf uang. Dalam hasil penelitian Hasim dkk. (2016) prioritas utama dalam masyarakat untuk berwakaf uang adalah terkait pemahaman mengenai wakaf uang.

Pembahasan dalam sub bab ini berkaitan dengan menuntut ilmu merupakan kewajiban seorang muslim, termasuk memahami ilmu wakaf uang. Allah menyampaikan dalam firman-Nya dalam Q.S. At-Taubah[9]:122 yang berarti:

“Tidak sepatutnya orang-orang mukmin pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa sebagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi (tinggal bersama Rasulullah) untuk memperdalam pengetahuan agama mereka dan memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya”

Prioritas Masalah Regulator

Berdasarkan Tabel 3 tersebut permasalahan prioritas pada kriteria masalah regulator adalah (C1) Masih rendahnya sosialisasi UU wakaf dan peraturan turunannya dengan nilai bobot sebesar 0.5381. Permasalahan prioritas dalam kriteria regulator sejalan dengan penelitian Huda dkk. (2014) yang menyatakan bahwa sosialisasi UU wakaf yang masih kurang memberikan dampak kurang baik pada akuntabilitas pengelolaan wakaf yang rendah. Dengan pengelolaan wakaf uang yang rendah, akan menyebabkan menurunnya rasa kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Wakaf tersebut. Apabila rasa kepercayaan dari masyarakat telah hilang, tentu saja hal ini akan berpengaruh terhadap penghimpunan wakaf uang.

Supriyadi, ketua tim pada bidang urusan Agama Islam Kanwil Kemenag Prov. Jawa Timur, menyatakan:

“...sampai saat ini masih banyak nazhir yang mengelola aset wakaf tidak sesuai UU, karena mereka belum memahami UU wakaf dan peraturan turunannya...”

Menurut Supriyadi, sosialisasi UU wakaf perlu dilakukan, mengingat urgensinya yang sangat penting bagi nazhir dalam menjalankan tugasnya. Hal ini sejalan dengan penelitian Huda dkk. (2014) menyatakan bahwa harta benda wakaf yang selama ini tidak produktif dan membuat akuntabilitas pengelola wakaf makin rendah, sehingga tidak mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dalam mengelola wakaf. Padahal rasa kepercayaan dari masyarakat sangat penting bagi sebuah Lembaga Wakaf. Pada penelitian Shatar dkk. (2021) Promosi dari mulut ke mulut, kepercayaan, kenyamanan, dan aksesibilitas secara signifikan berdampak pada pengumpulan wakaf uang di kalangan karyawan lembaga perbankan syariah Malaysia. Oleh karena itu penting bagi para regulator untuk mensosialisasikan Undang-Undang wakaf dan peraturan turunannya, agar pengelolaan wakaf uang dapat berjalan sesuai dengan aturan yang ada. Dengan begitu Lembaga Wakaf akan memiliki tingkat akuntabilitas yang baik dan mendapat kepercayaan dari masyarakat.

Solusi Jangka Pendek

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan output dari solusi prioritas yang telah diolah menggunakan metode ANP BOCR. Berdasarkan tabel tersebut terdapat tiga solusi prioritas yang dapat diimplementasikan dalam jangka pendek. Solusi jangka pendek mempertimbangkan biaya marjinal dari manfaat yang diperoleh (Saaty & Vargas, 2006). Tiga solusi prioritas tersebut adalah (SB2) Meningkatkan transparansi laporan keuangan dan kinerja Lembaga Wakaf kepada seluruh pemangku kepentingan, (SB1) Meningkatkan berbagai platform media digital untuk fundraising, dan (SC1) Melakukan edukasi publik secara masif terkait UU wakaf dan peraturan turunannya.

Solusi dengan nilai rata-rata tertinggi dalam jangka pendek adalah (SB2) Meningkatkan transparansi laporan keuangan dan kinerja Lembaga Wakaf kepada seluruh pemangku kepentingan. Berdasarkan penilaian para pakar, solusi tersebut memang harus dilakukan karena dengan adanya laporan keuangan dan kinerja Lembaga Wakaf yang transparansi akan menumbuhkan kepercayaan dari masyarakat. Dalam penelitian Furadis (2015) dijelaskan bahwa beberapa hal yang dibutuhkan oleh wakif yaitu: Laporan dan pertanggungjawaban, Manfaat bagi kaum umat, Pelayanan yang berkualitas, dan Silaturahmi dan komunikasi. Solusi tersebut juga sejalan dengan penelitian Agita & Anwar (2021) transparansi pengelolaan wakaf perlu diperbaiki agar lebih bisa dipercaya oleh masyarakat umum. Dengan transparannya laporan keuangan dan kinerja Lembaga Wakaf akan memudahkan masyarakat untuk dapat memantau setiap aktivitas pengelolaan wakaf hingga sampai pada penerima manfaat. Dalam Ain (2022) Pemerintah membangun website Berkah Wakaf sebagai bentuk penghimpunan wakaf uang yang menjadi lebih transparan, karena masyarakat dapat mengakses perkembangan aset wakafnya.

Keuntungan (*Benefit*) yang akan didapatkan jika solusi ini diterapkan adalah memudahkan masyarakat dan lembaga terkait untuk memantau kinerja nazhir, sehingga wakif akan percaya dengan Lembaga Wakaf. Redytha dkk. (2022) Badan Wakaf Indonesia terus melakukan pengembangan, salah satunya mempertanggungjawabkan dana yang dihimpun kepada wakif secara transparan. Dengan adanya transparansi dapat mengurangi rasa curiga masyarakat, selain itu juga memudahkan lembaga untuk memantau kinerja nazhir. Melakukan transparansi keuangan dan kinerja, akan memberikan peluang (*Opportunity*) meningkatnya akuntabilitas pelaporan keuangan Lembaga Wakaf legitimasi publik. Melakukan pelaporan secara transparansi dapat meningkatkan akuntabilitas dan kepercayaan masyarakat (Huda dkk, 2014). Sedangkan untuk membuat pelaporan keuangan dan kinerja secara transparan memerlukan biaya (*Cost*) yaitu meningkatnya biaya dan waktu yang diperlukan untuk membuat laporan keuangan, kinerja menyampaikannya kepada publik. Sedangkan untuk risiko (*Risk*) yang mungkin akan dihadapi adalah Lembaga Wakaf mudah menerima kritik dan ketidakpercayaan dari masyarakat. Dalam penelitian Huda dkk. (2014) Lembaga Wakaf yang akuntabilitasnya rendah tidak akan mendapatkan kepercayaan masyarakat.

Solusi kedua yang dapat diimplementasikan dalam jangka pendek adalah (SA1) Meningkatkan berbagai platform media digital untuk fundraising. Menurut penilaian para pakar, dengan meningkatkan berbagai platform media digital untuk fundraising diharapkan mampu untuk meningkatkan penghimpunan wakaf uang di Jawa Timur. Penghimpunan dana wakaf uang yang dilakukan melalui digital sangat sesuai dengan zaman modern seperti ini. Berakon dkk. (2021) menyatakan terkait penerimaan wakaf yang terintegrasi melalui *mobile banking* menunjukkan bahwa melalui sistem digitalisasi sangat bermanfaat bagi sebagian pemuda karena mudah digunakan, sehingga mereka berniat untuk menggunakan dimasa mendatang. Agita & Anwar (2021) memaparkan kegiatan fundraising

wakaf uang Lembaga Wakaf Al-Azhar setiap harinya dilakukan dengan melalui kanal digital seperti *Instagram*, *facebook*, *website*, *email*, dan *whatsApp*. Melalui platform media digital akan mempermudah masyarakat untuk berwakaf. Qolbi dan Sukmana (2022) hadirnya layanan wakaf online mampu memotivasi pengguna internet untuk berkontribusi dengan menyumbangkan sebagian hartanya untuk dana wakaf kapan saja dan dimana saja.

Dengan meningkatkan berbagai *platform* media digital untuk fundraising, nazhir memiliki tanggung jawab untuk terus meningkatkan skillnya dalam bidang digital marketing. Maka Lembaga Wakaf memiliki kewajiban untuk memfasilitasi pelatihan digital marketing guna meningkatkan skill kompetensi nazhir dalam menghimpun wakaf uang. Munawar (2021) menjelaskan bahwa pihak Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid memberikan pelatihan-pelatihan kepada nazhir bidang fundraising yang dilaksanakan satu bulan sekali, satu bulan tiga kali, atau bahkan sampai empat kali. Hal tersebut dapat diterapkan oleh Lembaga Wakaf Jawa Timur guna meningkatkan kompetensi nazhir dalam mengoptimalkan penghimpunan wakaf uang.

Keuntungan (*Benefit*) yang akan didapatkan jika solusi ini diterapkan adalah meningkatnya pengetahuan nazhir mengenai media digital. Dengan nazhir harus mengoperasikan berbagai platform media digital dan juga mengikuti pelatihan-pelatihan maka pengetahuan nazhir otomatis akan meningkat. Munawar (2021) menjelaskan dengan pelatihan-pelatihan dapat meningkatkan kompetensi dan keilmuan nazhir. Dengan meningkatkan berbagai platform media digital maka akan memiliki peluang (*Opportunity*), meningkatnya capaian fundraising (Agita & Anwar, 2021). Untuk biaya (*Cost*) dalam penerapan solusi ini adalah biaya gaji untuk mempekerjakan profesional di bidang digital marketing. Syaifulldah & Idris (2019) pertimbangan untuk mempekerjakan profesionalisme di zaman sekarang adalah pemberian gaji. Sedangkan resiko (*Risk*) dalam solusi ini, terdapat potensi peretasan data oleh pihak lain. Hasanah dkk. (2020) aspek ancaman dalam sistem pengelolaan wakaf yang baik yakni terdapat potensi moral hazard oleh pihak tertentu.

Solusi ketiga yang dapat diimplementasikan dalam jangka pendek adalah (SC1) Melakukan edukasi publik secara masif terkait UU wakaf dan peraturan turunannya. Menurut penilaian para pakar, saat ini masih banyak nazhir yang belum memahami peraturan perundang-undangan mengenai wakaf, sehingga pengelolaan wakaf uang masih belum sesuai dengan peraturan yang ada. Karena pada penelitian (Fathurrahman dalam Huda, 2014) menemukan bahwa pengetahuan dan pemahaman nazhir terkait peraturan perwakafan masih kurang. Hal ini menyebabkan wakaf uang tidak dikelola secara produktif. Tidak hanya melakukan edukasi kepada nazhir, melainkan masyarakat juga perlu untuk menjadi target dalam solusi ini. Dalam penelitian Huda dkk. (2014) perlu dilakukan sosialisasi mengenai Undang-undang wakaf kepada masyarakat. Solusi tersebut diharapkan mampu memberikan wawasan kepada nazhir untuk menjalankan tugasnya sesuai dengan peraturan yang sudah ada. Sedangkan untuk masyarakat diharapkan mampu memberikan pengetahuan wakaf uang, sehingga menumbuhkan keinginan atau minat untuk berwakaf uang.

Keuntungan (*Benefit*) yang akan didapatkan jika solusi ini diterapkan adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terkait pentingnya wakaf uang. Perlu untuk diadakan sosialisasi kepada masyarakat di tempat lain untuk memperkuat kesadaran masyarakat terkait pentingnya wakaf uang (Hafizd & Khoirudin, 2022). Masa edukasi publik secara masif menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan pemahaman serta kesadaran masyarakat. Dengan melakukan edukasi UU dan peraturan turunannya secara masif kepada nazhir maka akan memiliki peluang (*Opportunity*) terciptanya kepatuhan nazhir dalam melakukan penghimpunan dana wakaf. Dengan memahami dan mengimplementasikan UU wakaf dan peraturan turunannya maka akan tercipta kepatuhan nazhir dalam menghimpun wakaf uang. Dalam penelitian Redytha dkk. (2022) dalam Badan Wakaf Indonesia terdapat adanya kepatuhan hukum dan peraturan serta peraturan perundang-undangannya. Untuk biaya (*Cost*) dalam penerapan solusi ini adalah tingginya biaya untuk melakukan sosialisasi UU dan peraturan turunannya. Dalam Hasanah dkk. (2020) terdapat biaya sosialisasi pada saat melakukan roadshow ke daerah-daerah tertentu. Sedangkan resiko (*Risk*) dalam solusi ini, terdapat potensi perubahan UU kebijakan. Dilansir melalui KNEKS, perlu dilakukan upaya dari berbagai pihak supaya proses legislasi revisi UU wakaf terlaksana (Juwaini, 2021).

Solusi Jangka Panjang

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan output dari solusi prioritas yang telah diolah menggunakan metode ANP BOCR. Berdasarkan tabel tersebut terdapat tiga solusi prioritas yang dapat diimplementasikan dalam jangka panjang. Solusi jangka panjang dapat dicapai ketika jumlah total

manfaat dan peluang diperoleh setelah mengurangi total biaya dan risiko (Saaty & Vargas, 2006). Tiga solusi prioritas tersebut adalah (SB1) Meningkatkan sosialisasi dan edukasi wakaf uang kepada masyarakat, baik melalui sosial media ataupun daring dengan pendekatan yang berbeda di setiap generasi masyarakat, (SA1) Meningkatkan berbagai platform media digital untuk fundraising, dan (SA3) Melakukan pelatihan konsep *friendraising* kepada nazhir.

Solusi dengan nilai rata-rata tertinggi dalam jangka panjang adalah (SB1) Meningkatkan sosialisasi dan edukasi wakaf uang kepada masyarakat, baik melalui sosial media ataupun daring dengan pendekatan yang berbeda di setiap generasi masyarakat. Menurut penilaian para pakar, dengan meningkatkan sosialisasi dan edukasi wakaf uang kepada masyarakat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terkait wakaf uang. Dengan begitu terbuka peluang untuk meningkatnya jumlah penghimpunan wakaf uang. Lebih lanjut, solusi ini sangat tepat dilakukan mengingat siapapun bisa berwakaf, sehingga perlu dilakukan beberapa pendekatan ketika sosialisasi dan edukasi menyesuaikan dengan target audiens. Lubis (2020) menyatakan bahwa untuk melakukan edukasi dan sosialisasi agar potensi wakaf uang dapat dioptimalkan, maka seluruh pihak perlu bekerja sama. Beberapa hal menurut Lubis (2020) yang perlu di sosialisasikan dan di edukasikan kepada masyarakat adalah: Keberadaan wakaf uang, masyarakat tidak perlu menunggu hartanya hingga jumlah tertentu untuk bisa membeli sejumlah harta yang diwakafkan. Kareena wakaf bisa dilakukan dengan *cash*, meskipun ia tidak memiliki harta, seperti rumah, tanah, dan sebagainya.

Keuntungan (*Benefit*) yang akan didapatkan jika solusi ini diterapkan adalah meningkatnya pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran masyarakat tentang wakaf uang. Dilansir melalui KNEKS, mengadakan sosialisasi wakaf bertujuan untuk meningkatkan literasi dan pemahaman masyarakat, sehingga memiliki kesadaran untuk berkontribusi melalui wakaf uang. Melalui sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat baik pedesaan atau perkotaan berpeluang (*Opportunity*) untuk meningkatnya jumlah wakaf uang yang terhimpun. Merujuk pada Agita dan Anwar (2021) Lembaga Wakaf Al-Azhar mengedukasi masyarakat dengan salah satu caranya mengirimkan ajakan untuk berwakaf, hal ini bertujuan untuk meningkatkan rata-rata penghimpunan dana wakaf. Sedangkan untuk melakukan sosialisasi dan edukasi di perkotaan maupun di desa tentu saja membutuhkan biaya (*Cost*) yang tinggi. Hasanah dkk. (2020) diperlukan biaya untuk sosialisasi ketika *roadshow* ke daerah-daerah tertentu. Untuk risiko (*Risk*) dari solusi ini adalah terkait waktu yang dibutuhkan, tentu saja tidak sedikit untuk tercapainya efektivitas sosialisasi, hal ini disampaikan saat peneliti melakukan indepth interview dengan Guritno dan Supriyadi.

Solusi kedua yang dapat diimplementasikan dalam jangka panjang adalah (SA1) Meningkatkan berbagai platform media digital untuk fundraising. Solusi tersebut juga muncul dalam prioritas solusi jangka pendek. Sehingga langkah tersebut dapat diimplementasikan dalam masa sekarang maupun mendatang. Hal ini dikarenakan perkembangan digital yang begitu cepat. Dalam Syaifullah & Idrus (2019) penggunaan layanan digital sangat penting bila dikaitkan dengan pengguna internet oleh masyarakat. Maka suatu Lembaga Wakaf harus terus menyesuaikan perkembangan zaman, dengan cara memperbanyak platform media digital. Pada penelitian Syaifullah & Idrus (2019) Yayasan Wakaf Bani Umar menggunakan layanan digital karena sangat relevan dengan perkembangan digital yang masif pada saat ini. Beberapa platform media digital yang dapat digunakan untuk Lembaga Wakaf di Jawa Timur dalam mengoptimalkan penghimpunan wakaf uang, antara lain: *facebook*, *instagram*, *twitter*, *youtube*, *whatsApp*, *mobile banking*, dan masih banyak yang lainnya.

Keuntungan (*Benefit*) yang akan didapatkan jika solusi ini diterapkan adalah meningkatnya pengetahuan nazhir mengenai media digital. Dengan nazhir harus mengoperasikan berbagai platform media digital dan juga mengikuti pelatihan-pelatihan maka pengetahuan nazhir otomatis akan meningkat. Munawar (2021) menjelaskan dengan pelatihan-pelatihan dapat meningkatkan kompetensi dan keilmuan nazhir. Dengan meningkatkan berbagai platform media digital maka akan memiliki peluang (*Opportunity*), meningkatnya capaian fundraising (Agita & Anwar, 2021). Untuk biaya (*Cost*) dalam penerapan solusi ini adalah biaya gaji untuk mempekerjakan profesional di bidang digital marketing. Syaifullah & Idrus (2019) pertimbangan untuk mempekerjakan profesionalisme di zaman sekarang adalah pemberian gaji. Sedangkan resiko (*Risk*) dalam solusi ini, terdapat potensi peretasan data oleh pihak lain. Hasanah dkk. (2020) aspek ancaman dalam sistem pengelolaan wakaf yang baik yakni terdapat potensi moral hazard oleh pihak tertentu.

Solusi ketiga yang akan diimplementasikan dalam jangka panjang adalah (SA3) Melakukan pelatihan konsep *friendraising* kepada nazhir. Dilansir melalui Forumzakat, seringkali kata "*fundraising*"

ditakuti oleh para amil sehingga Bambang Suherman selaku ketua Forum Zakat menggunakan konsep yang lebih ramah yaitu “*friendraising*”. Ternyata hal serupa juga dialami oleh Lembaga Wakaf dalam menjalankan kegiatan penghimpunan wakaf. Melalui indepth interiew dengan Guritno, direktur wakaf LMI di Surabaya, menyatakan:

“...nazhir harus dibekali konsep *friendraising* seperti ini, agar masyarakat tidak memiliki bayangan bahwa berwakaf harus dengan jumlah uang yang banyak...”

Menurut Guritno dengan pelatihan konsep *friendraising* diharapkan dapat menumbuhkan orientasi Lembaga Wakaf khususnya para nazhir bahwa fundraising tidak hanya *money oriented*, melainkan juga mengedukasi mengenai wakaf uang itu sendiri dan menjalin komunikasi serta silaturahmi dengan wakif.

Keuntungan (*Benefit*) yang akan didapatkan jika solusi ini diterapkan adalah Meningkatnya bonding antara wakif dengan Lembaga Wakaf. Konsep *friendraising* dapat menjadi salah satu pilihan yang dapat diterapkan dalam manajemen Lembaga Wakaf melalui Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan nazhir. Manajemen ini bertujuan untuk menjaga hubungan baik antara nazhir dengan wakif (Rozalinda dalam Munawar, 2021). Untuk peluang (*Opportunity*) yang akan didapatkan adalah meningkatnya kepercayaan kepada Lembaga Wakaf. Dalam penelitian Munawar. (2021) nazhir dalam memberikan pelayanannya kepada masyarakat sesuai dengan aturan yang ada diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat. Untuk biaya (*Cost*) dalam penerapan solusi ini adalah, tingginya biaya komunikasi. Untuk menerapkan konsep *friendraising* memungkinkan bagi para nazhir melakukan komunikasi dengan masyarakat atau wakif lebih intens dibanding dengan konsep fundraising. Sedangkan untuk risiko (*Risk*) yang mungkin dihadapi adalah resistensi dan penolakan dari wakif. Melalui indepth interiew dengan Guritno, direktur wakaf LMI di Surabaya, menyatakan:

“...konsep seperti *friendraising* ini sangat bagus, namun tidak dipungkiri bahwa masih ada kemungkinan bahwa masyarakat menolak untuk berwakaf uang...”

Menurut Guritno kemungkinan penolakan oleh masyarakat terkait ajakan berkontribusi melalui wakaf uang masih ada, namun setidaknya pendekatan yang dilakukan kepada masyarakat sudah lebih baik.

Peneliti mengambil kesimpulan berdasarkan tanggapan tersebut, meskipun terdapat kemungkinan penolakan dari wakif namun penting bagi nazhir untuk mulai memperbaiki konsep *fundraising* dengan *friendraising*, agar hubungan nazhir dengan wakif semakin dekat dan dapat menjalin komunikasi yang baik. Karena melalui konsep tersebut diharapkan dapat merubah paradigma yang tersebar di masyarakat mengenai fundraising hanya berkaitan dengan target penghimpunan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil interpretasi dan pembahasan yang telah dilajelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagaimana berikut. Berdasarkan hasil analisis dari tiga aspek permasalahan yang dihadapi Lembaga Wakaf di Jawa Timur dalam mengoptimalkan penghimpunan wakaf uang, aspek dengan rata-rata tertinggi adalah nazhir.

Pada aspek nazhir ditemukan permasalahan dengan nilai bobot tertinggi adalah (A1) Minimnya pengetahuan nazhir dalam penghimpunan wakaf uang berbasis *digital marketing*. Pada aspek wakif ditemukan permasalahan dengan nilai bobot tertinggi adalah (B1) Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang. Pada aspek regulator ditemukan permasalahan dengan nilai bobot tertinggi adalah (C1) Masih rendahnya sosialisasi UU wakaf dan peraturan turunannya. Berdasarkan hasil analisis solusi, ditemukan prioritas solusi dari masing-masing solusi jangka pendek dan jangka panjang. Pada aspek solusi jangka pendek, terdapat tiga prioritas solusi utama yaitu, (SB2) Meningkatkan transparansi laporan keuangan dan kinerja Lembaga Wakaf kepada seluruh pemangku kepentingan, (SB1) Meningkatkan berbagai platform media digital untuk fundraising, dan (SC1) Melakukan edukasi publik secara masif terkait UU wakaf dan peraturan turunannya. Sedangkan, pada aspek solusi jangka panjang, terdapat tiga prioritas yaitu, (SB1) Meningkatkan sosialisasi dan edukasi wakaf uang kepada masyarakat, baik melalui sosial media ataupun daring dengan pendekatan yang berbeda di setiap generasi masyarakat, (SA1) Meningkatkan berbagai platform media digital untuk fundraising, dan (SA3) Melakukan pelatihan konsep *friendraising* kepada nazhir.

KONTRIBUSI PENULIS

Konseptualisasi, metodologi, perangkat lunak, validasi, analisis formal, investigasi, kurasi data, penulisan – persiapan draf asli: S.I

Supervisi: S.F.

PENDANAAN

Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal

PERNYATAAN PERSETUJUAN YANG DIINFORMASIKAN

Persetujuan yang diberikan telah diperoleh dari semua subjek yang terlibat dalam penelitian ini.

PERNYATAAN KETERSEDIAAN DATA

Data yang mendukung temuan penelitian ini tersedia atas permintaan dari penulis terkait. [SKI].

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih saya ucapkan kepada dosen yang telah membantu dan membimbing saya. Juga kepada tim JESTT Unair yang telah memberikan kesempatan untuk menerbitkan karya saya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, S., Mutandwa, L., & Roux, P. Le. (2018). A review of determinants of financial inclusion. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(3), 1–8.
- Agita, G., & Anwar, M. K. (2021). Strategi Manajemen Fundraising Wakaf Oleh Lembaga Wakaf Al-Azhar Dalam Optimalisasi Wakaf Uang. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 1-12.
- Annur, C. M. (2023a). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023. Retrieved <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-diindonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Azganin, H., Kassim, S., & Saad, A. A. (2021). Islamic P2P Crowdfunding (IP2PC) Platform for the Development of Paddy Industry in Malaysia: An Operational Perspective. *Journal of Islamic Finance*, 10(1), 65–75.
- Berakon, I., Aji, H. M., & Hafizi, M. R. (2021). Impact of digital sharia banking systems on cash-waqf among Indonesian Muslim youth. *Journal of Islamic Marketing*. doi:10.1108/JIMA-11-2020-0337
- Cizakca, M. (2004). Incorporated cash waqfs and mudaraba, Islamic non-bank financial instruments from the past to the future. *M P RA Munich Personal RePEc Archive*, 25336.
- Faradis, J., Affandi, M. Y., & Khilmi, S. (2015). Manajemen Fundraising Wakaf Produktif: Perbandingan Wakaf Selangor (PWS) Malaysia dan Badan Wakaf Indonesia. *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, 49(2), 500-518.
- Fiqhyany, Milla Rahma. (2014). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Niat Muzakki Membayar Dana Zakat, Infaq, Shadaqah pada Yayasan Nurul Hayat Cabang Tuban. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 1(11), 813–831. doi:10.20473/vol1iss201411pp813-831
- Hasanah, N., Sulistya, I., & Irfany, M. I. (2020). Strategi Pengelolaan Wakaf Uang oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI). *AL-AWQAF: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 13(1), 39-58.
- Hasim, K., Lubis, D., & Ali, K. M. (2016). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi penghimpunan wakaf uang di Indonesia (pendekatan analytical network process). *Al-Muzara'ah*, 4(2), 127-141.
- Huda, N., Rini, N., Mardoni, Y., Hudori, K., & Anggraini, D. (2017). Problems, solutions and strategies priority for waqf in Indonesia. *Journal of Economic Cooperation & Development*, 38(1), 29.
- Kahf, M. and Mohamed, A.N. (2017), Cash waqf: an innovative instrument of personal finance in Islamic banking, *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 13(3)
- Laila, N., Ratnasari, R. T., Ismail, S., Mohd Hidzir, P. A., & Mahphoth, M. H. (2022). The intention of small and medium enterprises' owners to participate in waqf: the case of Malaysia and Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. doi:10.1108/IMEFM-01-2022-0014
- Lubis, H. (2020). Potensi Dan Kendala Pengembangan Wakaf Uang Di Indonesia. *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE*, 1(1), 43–59. doi:10.24014/ibf.v1i1.9373
- Mauluddin, M. I., & Rahman, A. A. (2018). Cash waqf from the perspective of Majelis Ulama

- Indonesia (MUI) and the scholars of aceh: An analysis. *New Developments in Islamic Economics: Examples from Southeast Asia*, 49–66. doi:10.1108/978-1-78756-283-7201
- Mohsin, M. I. A. (2013). Financing through cash-waqf: a revitalization to finance different needs. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 6(4), 304–321. doi:10.1108/IMEFM-08-2013-0094
- Muntazah, A., & Andhikasari, R. (2021). Peran Media Digital Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Filantropi Islam Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 1(3), 1-7.
- Naim, A. H. (2019). Lembaga Pengelola Wakaf dan Manajemen Fundraising. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 6(1), 101-113.
- Prihatna, A.A., Bakar, I.A., Helmanita, K., Kamil, S., Bamualim, C.S., Najib, T.A. and Al-Makassary, R. (2006), *Wakaf, Tuhan, dan Agenda Kemanusiaan: Studi Tentang Wakaf dalam Perspektif Keadilan Sosial di Indonesia*. Center for the Study of Religion and Culture (CSRC) UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta
- Qolbi, A., & Sukmana, R. (2022). Determinan Niatan Mahasiswa terhadap Wakaf Tunai Secara Online Menggunakan Modifikasi Technology Acceptence Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(1), 78-91. doi: 10.20473/vol9iss20221pp78-9q
- Saaty TL, Vargas LG. 2006. Decision making with the analytic network process: Economic, political, social and technological application with benefit, opportunities, cost and risks. *International Series in Operations Research and Management Science*, 2(195),1–370. doi:10.1007/978-1-4614-7279-7_15
- tingkat pendidikan dan akses informasi terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, 2(2), 249-262.
- Soleh, M. (2020). Zakat Fundraising Strategy: Opportunities and Challenges in Digital Era. *Journal of Nahdlatul Ulama Studies*, 1(1), 1-16.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA
- Sulistiyani, D., Asikin, N., Soegianto, S., & Sadono, B. (2020). Pelaksanaan dan Pengembangan Wakaf Uang Di Indonesia. *Jurnal Usm Law Review*, 3(2), 328. doi:10.26623/julr.v3i2.2874
- Syaifullah, H., & Idrus, A. (2019). Inovasi Pelayanan Wakaf Produktif Era Digital: Studi Kasus Di Yayasan Wakaf Bani Umar 2018. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 6(2), 114.
- Waldelmi, I., Aquino, A., & Aljufri, A. (2022). PKM Potensi Wakaf Uang: Prospek, Tantangan dan Solusi. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 3(2), 416–428.
- Wulandari, S., Effendi, J., & Saptono, I. T. (2019). An Analysis of Nazhir Selection in Optimizing Cash Waqf Management Uang. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 295–307.