

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Sejarah Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan

Kelahiran BWI merupakan perwujudan amanat yang digariskan dalam Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf. Kehadiran BWI sebagaimana dijelaskan dalam pasal 47 adalah memajukan dan mengembangkan perwakafan di Indonesia. Untuk pertama kalinya keanggotaan BWI diangkat oleh Presiden Republik Indonesia, sesuai dengan Keputusan Presiden (Keppres) Nomor. 75/ M tahun 2007, yang ditetapkan di Jakarta pada tanggal 13 Juli 2007. Jadi, BWI adalah lembaga independen untuk mengembangkan perwakafan di Indonesia yang dalam melaksanakan tugasnya bersifat bebas dari pengaruh kekuasaan maupun, serta bertanggung jawab kepada masyarakat.¹

Sesuai dengan kewenangan yang diberikan undang-undang, BWI bisa membentuk perwakilan BWI Provinsi maupun Perwakilan BWI Kabupaten/Kota. Pembentukan ini dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan. Pembentukan perwakilan BWI sebagaimana dimaksud diusulkan kepada BWI oleh Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama dan Kepala Kantor Kementerian Agama. Pada sekitar bulan April 2014, BWI Sumsel menjadi Perwakilan BWI Povinsi di Sumatera Selatan dengan Kepala Bidang Urais dan

¹ Al Arif M Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012).

Binsyar Kanwil Kemenag Sumsel pada saat itu Bapak Drs. H. Yeri Taswin, M.Pd.I.²

Perwakilan Badan Wakaf Indonesia Provinsi Sumatera Selatan merupakan salah satu perwakilan BWI yang dibentuk di Provinsi Sumatera Selatan yang hadir dan dibentuk untuk membina nazhir agar aset wakaf dikelola lebih baik dan lebih produktif sehingga bisa memberikan manfaat lebih besar kepada masyarakat, baik dalam bentuk pelayanan sosial, pemberdayaan ekonomi, maupun pembangunan infrastruktur publik.

Keanggotaan Badan Wakaf Indonesia diangkat dan diberhentikan oleh Presiden. Keanggotaan perwakilan Badan Wakaf Indonesia. Keanggotaan Badan Wakaf Indonesia di daerah diangkat dan diberhentikan oleh Badan Wakaf Indonesia. Keanggotaan Badan Wakaf Indonesia diangkat untuk masa jabatan selama 3 tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 kali masa jabatan. Untuk pertama kali, pengangkatan keanggotaan Badan Wakaf Indonesia diusulkan kepada Presiden dan Menteri. Pengusulan pengangkatan keanggotaan Badan Wakaf Indonesia kepada Presiden untuk selanjutnya dilaksanakan oleh Badan Wakaf Indonesia.³

2. Visi Misi Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan

Adapun Visi dan Misi yang dibentuk BWI Sumatera Selatan adalah sebagai berikut:

² 'Badan Wakaf Indonesia' <<https://www.bwi.go.id/profil-badan-wakaf-indonesia/perwakilan-bwi/>>.

³ S Basu, 'Badan Wakaf Indonesia', *Atmospheric Environment*, 38.5 (2004), 3395–3404 <<http://dx.doi.org/10.1016/j.buildenv.2015.02.015>>.

1. Visi

Terwujudnya lembaga independen yang dipercaya masyarakat, mempunyai kemampuan dan integritas untuk mengembangkan perwakafan nasional dan internasional.

2. Misi

Menjadikan BWI sebagai lembaga profesional yang mampu mewujudkan potensi dan manfaat ekonomi harta benda wakaf untuk kepentingan ibadah dan pemberdayaan masyarakat.

Sebagai salah satu bentuk upaya untuk mewujudkan Visi dan Misi tersebut BWI pusat memberikan peraturan dan kebijakan di bidang perwakafan, serta menjadi panduan bagi perwakilan BWI setiaprovinci. Dalam hal ini Badan Wakaf Indonesia (BWI) sudah membuat banyak peraturan Badan Wakaf Indonesia (BWI) yang meningkatkan tugasnya yang telah dikumpulkan dalam satu buku yang berjudul “Himpunan Peraturan Badan Wakaf Indonesia”. Buku ini berisi tentang peraturan-peraturan Badan Wakaf Indonesia (BWI) yaitu:

- a. Peraturan BWI No. 1 Tahun 2007 tentang Organisasi dan tata Kerja Badan Wakaf Indonesia.
- b. Peraturan BWI No. 1 Tahun 2008 tentang Prosedur Penyusunan Rekomendasi Terhadap Permohonan/Perubahan Status Harta Nenda Wakaf.
- c. Peraturan BWI No. 1 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengelolaan dan Pengembangan Harta Benda Wakaf Bergerak Berupa Uang.
- d. Peraturan BWI No. 1 Tahun 2009 tentang Pedoman Penerimaan Wakaf Uang Bagi Nazhir BWI.

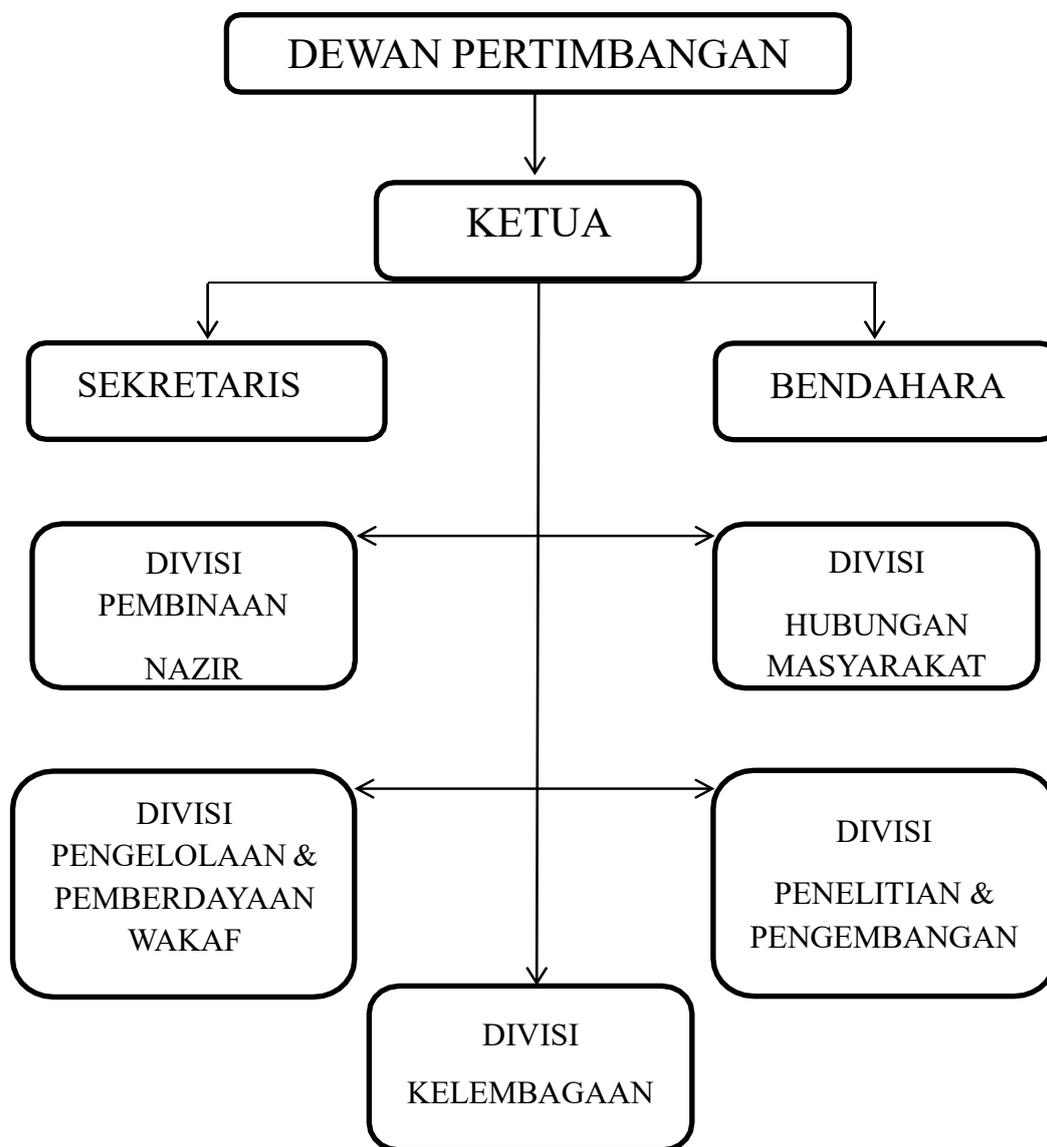
- e. Peraturan BWI Tahun 2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Nazhir Wakaf Tunai.⁴

3. Struktur Organisasi

Untuk merealisasikan visi, misi dan strategi, badan Wakaf Indonesia (BWI) mempunyai tiga komponen yaitu Dewan pertimbangan dan Badan pelaksana yang dibantu dengan 5 divisi, yakni Divisi Pembinaan Nazhir, Divisi Pengelolaan dan Pemberdayaan Wakaf, Divisi Kelembagaan, Divisi Hubungan Masyarakat, dan Divisi Penelitian dan Pengembangan Wakaf, dan masing-masing dipimpin oleh satu orang ketua dan dua orang wakil ketua yang dipilih oleh para anggota. Dewan pertimbangan adalah unsur pengawas pelaksana tugas BWI sedangkan Badan pelaksana merupakan unsur pelaksana tugas BWI sedangkan Badan Pelaksana merupakan unsur pelaksana tugas. Jumlah anggota Badan Wakaf Indonesia terdiri dari paling sedikit 20 orang dan paling banyak 30 orang yang berasal dari unsur masyarakat.⁵

⁴ BWI, 'Himpunan Peraturan Perundang-Undangan Tentang Wakaf', *Himpunan Peraturan Perundang-Undangan Tentang Wakaf*, 4.Agustus, 2018 (2018), 1–394 <<https://yewi.or.id/wp-content/uploads/2019/12/Buku-Undang-Undang-BWI-OK2018-rev.pdf>>.

⁵ Ibid.



Gambar 1. 1Struktur Organisasi Badan Wakaf Indonesia

Dewan Pertimbangan

Ketua : H. Herman Deru

Anggota : Kepala Kanwil Kemenag

Badan Pelaksana

Ketua : Deni Priansyah S.Ag M.Pd.I
Anggota : Kabid Penais Zakat dan Wakaf
Sekretaris : Drs. H. Kuwat Sumarno M.Pd.I
Bendahara : H. Fastero Muhammad
Papiko

1. Divisi-divisi

Pembinaan Nazhir : - Dr. H. Zainal Burlian
- Drs. H. Zanaluddin

Hubungan Masyarakat : - Ir. H. Kiagus Ahmad

Pengelolaan dan
Pemberdayaan Wakaf : - Khairul Umami
S.Ag

Penelitian dan
Pengembangan : - Firdaus S.H

Kelembagaan dan
Bantuan Hukum : - Dr. H. Ahmad Zainuri M.Pd.I

4. Sub Departemen : 1. Ahmad Krisman
2. Adi Hermawan
3. Budiman
4. Hendra Praja
5. Hendra Wijaya
6. Herman Suyanto
7. Imron Rosadi
8. Irwansyah
9. Jumono
10. Komarudin
11. Muhammad Amin

12. Muhammad Fitriansyah
13. Okta Zuljainah
14. Siti Rofiqoh
15. Sumanto
16. Juwita Rosi

5. Tugas dan Wewenang

Badan Wakaf Indonesia (BWI) mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut⁶:

- a. Melakukan pembinaan terhadap terhadap nadzir dalam mengelola dan mengembangkan harta wakaf.
- b. Melakukan pengelolaan dan pengembangan harta benda wakaf berskala nasional dan internasional.
- c. Memberikan persetujuan dan/ atau izin atas perubahan peruntukkan dan status harta benda wakaf.
- d. Memberhentikan dan mengganti nadzir.
- e. Memberikan persetujuan atas penukaran harta benda wakaf.
- f. Memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam penyusunan kebijakan perwakafan.

Perwakilan Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

- a. Melaksanakan kebijakan dan tugas-tugas Badan Wakaf Indonesia (BWI) di tingkat provinsi.
- b. Melakukan koordinasi dengan Kantor Wilayah Kementerian Agama

⁶ *Ibid*, Pasal 49 Ayat 1

dan lembaga terkait dalam pelaksanaan tugas

- c. Membina nazhir dalam mengelola dan mengembangkan harta benda wakaf.
- d. Bertindak dan bertanggung jawab untuk atas nama Perwakilan Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi, baik ke dalam maupun ke luar.
- e. Memberhentikan dan/ atau mengganti nazhir tanah wakaf yang luasnya 1.000 meter persegi sampai dengan 20.000 meter persegi dan wakaf tunai.
- f. Menerbitkan tanda bukti pendaftaran nazhir wakaf tanah yang luasnya 1.000 meter persegi sampai dengan 20.000 meter persegi dan wakaf tunai.
- g. Melakukan survei atas tanah wakaf yang luasnya paling sedikit 1.000 meter persegi yang diusulkan untuk diubah peruntukannya atau ditukar dan melaporkan hasilnya kepada BWI.
- h. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI).

Pada Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 pasal 2 dijelaskan bahwa dalam melaksanakan tugasnya Badan Wakaf Indonesia (BWI) dapat bekerjasama dengan instansi Pemerintah baik pusat atau daerah, organisasi masyarakat, para ahli, badan Internasional, dan pihak lain yang dianggap perlu. Dalam melaksanakan tugas-tugas itu Badan Wakaf Indonesia (BWI) memperhatikan saran dan pertimbangan Menteri dan Majelis Ulama Indonesia, seperti tercermin dalam pasal 50. Terkait dengan tugas dalam membina nazhir,

Badan Wakaf Indonesia melakukan beberapa langkah strategis adalah sebagai berikut:

- a. Penyiapan sarana dan prasarana penunjang operasional nazhir wakaf baik perseorangan, organisasi dan badan hukum.
- b. Penyusunan regulasi, pemberian motivasi, pemberian fasilitas, pengkoordinasian, pemberdayaan, dan pengembangan terhadap harta benda wakaf.
- c. Penyediaan fasilitas proses sertifikat Wakaf.
- d. Penyiapan dan pengadaan blanko-blanko AIW, baik wakaf benda tidak bergerak dan/ pemberdayaan wakaf.
- e. Penyiapan penyuluh penerangan di daerah untuk melakukan pembinaan dan pengembangan wakaf kepada nazhir sesuai dengan lingkupnya.
- f. Pemberian fasilitas masuknya dana-dana wakaf dari dalam dan luar negeri dalam pengembangan dan pemberdayaan wakaf.

Melalui peraturan BWI Nomor 1 Tahun 2007 tentang Organisasi dan Tata Kerja badan Wakaf Indonesia, BWI menjabarkan tugas dan wewenangnya sebagai berikut:

- a. Melakukan pembinaan terhadap nazhir dalam mengelola dan mengembangkan harta benda wakaf.
- b. Membuat pedoman pengelolaan dan pengembangan harta benda wakaf.
- c. Melakukan pengelolaan dan pengembangan harta benda wakaf berskala nasional dan internasional serta harta benda wakaf terlantar.

- d. Memberikan pertimbangan, persetujuan, dan/atau izin atas perubahan peruntukan dan status harta benda wakaf.
- e. Memberikan pertimbangan dan/atau persetujuan atas penukaran harta benda wakaf.
- f. Memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dan penyusunan kebijakan di bidang perwakafan.
- g. Menerima, melakukan penilaian, menerbitkan tanda bukti pendaftaran nazhir, dan mengangkat kembali nazhir yang telah habis masa baktinya.
- h. Memberhentikan dan mengganti nazhir bila dipandang perlu.
- i. Memberikan saran dan pertimbangan kepada Menteri Agama dalam menunjuk Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf uang (LKS-PWU).
- j. Menerima pendaftaran Akta Ikrar Wakaf (AIW) benda bergerak selain uang dari Pejabat Pembuat Akta Ikrar Wakaf (PPAIW).

Tugas-tugas yang telah dipaparkan diatas tentu tidaklah mudah untuk diwujudkan. Maka dari itu BWI Sumatera Selatan sangat membutuhkan sumber daya manusia yang profesional, mampu bekerja sama dengan kelompok, serta amanah dan bertanggung jawab pada setiap tugas yang diberikan. BWI juga dapat bekerja sama dengan instansi pemerintah, baik pusat maupun daerah, organisasi masyarakat, para ahli, badan internasional, dan pihak lain yang dianggap perlu.⁷ Dalam melaksanakan tugas-tugas tersebut,

⁷ Undang-Undang RI, 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf', *Bwi.Go.Id*, 1, 2004, 17.

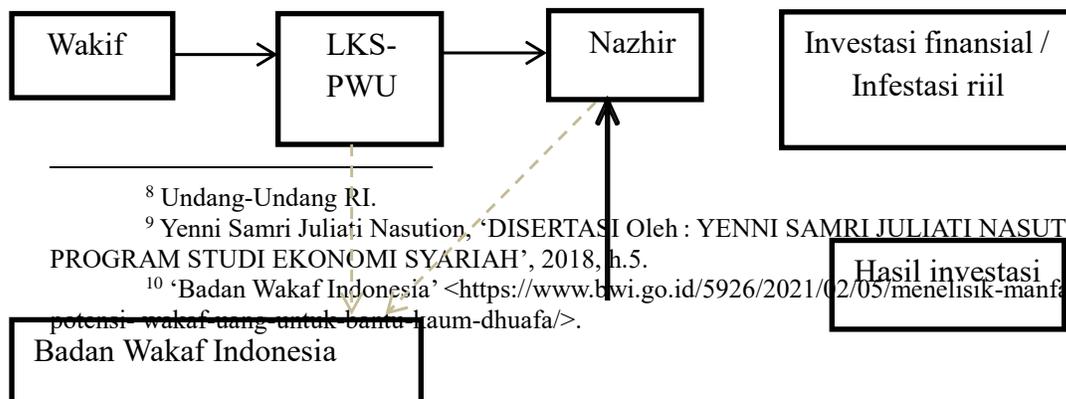
BWI memperlihatkan saran dan pertimbangan Menteri dan Majelis Ulama Indonesia.⁸

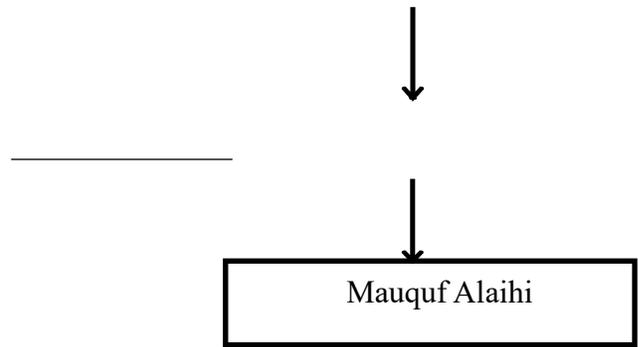
6. Skema Penyaluran Wakaf Tunai

Perkembangan sistem ekonomi dan budaya transparansi dan akuntabel dalam suatu perusahaan atau lembaga keuangan syariah merupakan hal mutlak, terutama untuk wakaf benda bergerak khususnya yang berupa uang, dan akan lebih memungkinkan untuk dijadikan modal usaha atau investasi dalam wujud saham atau deposito yang keuntungannya dapat dimanfaatkan untuk kepentingan umat dengan sebaik-baiknya.⁹

Penyaluran wakaf tunai diyakini berdampak besar, yang diantaranya mampu memperkuat perbankan syariah, memperbesar permodalan syariah, menggerakkan ekonomi syariah, mendukung pelaksanaan program sosial.

Pengelolaan wakaf tunai akan dipercayakan kepada Nazhir (pengelola wakaf) melalui lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU) yang sudah mendapat izin dari Menteri Agama. Dalam hal ini pihak yang menjadi nazhir adalah Badan Wakaf Indonesia yang merupakan lembaga independen. Hasil pengumpulan dan pengelolaan wakaf tunai hanya di investasikan untuk produk keuangan syariah.¹⁰





Gambar 1. 2 Skema Penyaluran Wakaf Tunai

Investasi Tunai ditujukan untuk proyek-proyek produktif bagi kemaslahatan umat melalui investasi secara langsung dan tidak langsung. Investasi secara langsung sebagaimana dimaksud adalah investasi pada proyek-proyek yang dikelola oleh Nazhir. Investasi secara tidak langsung sebagaimana dimaksud oleh investasi melalui lembaga yang memenuhi kriteria kelayakan kelembagaan dan menguntungkan. Investasi Wakaf Uang dapat dilakukan melalui deposito di Bank Syariah dengan ekspektasi bagi hasil yang menguntungkan.¹¹

Sesuai dengan Pasal 4 Setoran Wakaf Uang Peraturan Badan Wakaf Indonesia Nomor 01 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengelolaan dan pengembangan Harta Benda Wakaf Bergerak Berupa uang, dijelaskan bahwa setoran wakaf uang dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Setoran wakaf uang secara langsung ialah wakif atau kuasanya hadir di Kantor LKS-PWU (Lembaga Keuangan Syariah-Penerima Wakaf Uang). Setoran

¹¹ MH Dr. Sumuran Harahap, MAg, MM, 'PERATURAN BADAN WAKAF INDONESIA NOMOR 01 TAHUN 2009 TENTANG PEDOMAN PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN HARTA BENDA WAKAF BERGERAK BERUPA UANG', 2009, h. 6-7
<<https://www.bwi.go.id/3652/2019/09/17/peraturan-bwi-no-1-tahun-2009-tentang-pedoman-pengelolaan-dan-pengembangan-wakaf-uang/>>.

Wakaf Uang secara tidak langsung yaitu *media electronic channel*, antara lain: Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *Phone Banking*, *Internet Banking*, dan *Mobile Banking*.

a. Adapun tata cara setoran Wakaf Tunai secara langsung adalah sebagai berikut :

- 1) Setoran Wakaf Uang dari Wakif ditujukan kepada Nazhir Wakaf Uang yang telah terdaftar pada BWI dan telah melakukan kontrak kerja sama dengan LKS-PWU.
- 2) Wakif wajib mengisi formulir pernyataan kehendak Wakif yang berfungsi sebagai AIW yang dilanjutkan dengan penyetoran sejumlah uang sesuai yang ikrarkan.
- 3) Formulir pernyataan kehendak Wakif yang berfungsi sebagai AIW yang telah diisi dan ditandatangani Wakif dengan dilampiri bukti setoran tunai Wakaf Uang, selanjutnya ditandatangani oleh 2 (dua) orang petugas bank sbagai saksi dan oleh 1 (satu) orang pejabat bank sebagai PPAIW.
- 4) LKS-PWU dapat mengeluarkan Sertifikat Wakaf Uang kepada Wakif apabila hal-hal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) telah terpenuhi.¹²

b. Adapun tata cara Setoran Wakaf Tunai secara tidak langsung adalah sebagai berikut:

¹² Dr. Sumuran Harahap, MAg, MM.

- 1) Setoran Wakaf Uang secara tidak langsung dari Wakif ditujukan kepada Nazhir Wakaf Uang yang telah terdaftar pada BWI dan telah melakukan kontrak kerja sama dengan LKS-PWU.
- 2) Wakif hanya dapat memilih jenis Wakaf Uang untuk jangka waktu selamanya dan diperuntukan bagi kepentingan umum.
- 3) LKS-PWU wajib menyiapkan sistem *on-line* penerimaan Wakaf Uang yang menggunakan *media electronic channel*, yang didalamnya mengandung informasi sekurang-kurangnya sebagai berikut:
 - a) Daftar Nama Nazhir yang akan dipilih Wakif;
 - b) Daftar denominasi Wakaf Uang;
 - c) Formulir pernyataan kehendak Wakif yang berfungsi sebagai AIW;
 - d) Persetujuan setoran Wakaf Uang yang telah diikrarkan;
- 4) LKS-PWU wajib menyiapkan Sertifikat Wakaf Uang dari setoran Wakif yang dilakukan secara tidak langsung berdasarkan informasi yang diperoleh secara *on-line* dari *media electronic channel*.
- 5) Wakif dapat menukarkan bukti setoran Wakaf Uang yang diperoleh melalui *media electronic channel* kepada LKS-PWU untuk mendapatkan Sertifikat Wakaf Uang.
- 6) Dalam hal Wakif tidak menukarkan bukti setoran Wakaf Uang menjadi Sertifikat Wakaf Uang, maka dalam jangka waktu selambat-lambatnya 2 (dua) minggu setelah penyetoran elektronik, LKS-PWU akan mengeluarkan Sertifikat Wakaf Uang.
- 7) Dalam hal sebagaimana dimaksud pada ayat (5), maka Sertifikat Wakaf

Uang akan diberikan ke BWI untuk diadministrasikan.¹³

Pengelolaan Wakaf Tunai atas hasil investasi Wakaf Tunai oleh Nazhir wajib ditujukan untuk pemberdayaan ekonomi ummat atau kegiatan-kegiatan sosial keagamaan. Hasil bersih atas pengelolaan dan pengembangan harta benda Wakaf Tunai yang menjadi dasar perhitungannya besarnya imbalan bagi Nazhir adalah Hasil Investasi Wakaf Tunai setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang terkait dengan pengelolaan Wakaf Tunai. Biaya-biaya yang terkait dengan pengelolaan Wakaf Tunai antara lain biaya penerimaan setoran Wakaf Tunai, biaya asuransi terkait investasi Wakaf Tunai serta biaya administrasi Nazhir.

Ada harapan yang besar akan lahirnya para nazhir wakaf yang profesional. Yakni *boomingnya* sistem ekonomi syariah tentu berdampak kepada kebutuhan akan sumber daya manusia yang bekerja dan ditempatkan di lembaga keuangan syariah. Atau dibutuhkan SDM dalam mengembangkan sistem ekonomi tersebut. Maka banyak bermunculan sekolah tinggi ekonomi Islam atau universitas yang membuka program ekonomi Islam maka semakin besar pula potensi wakaf untuk dikembangkan.

Besarnya imbalan bagi Nazhir dari hasil bersih investasi Wakaf Tunai, ditetapkan paling banyak sebagai berikut:

- a. 10% (sepuluh perseratus), apabila besarnya investasi Wakaf Tunai paling

¹³ Dr. Sumuran Harahap, MAg, MM.

kurang mencapai 90% (sembilan puluh perseratus) dibanding setoran Wakaf Tunai;

b. 9% (sembilan perseratus), apabila besarnya investasi Wakaf Uang paling kurang mencapai 70% (tujuh puluh perseratus) dibandingkan setoran Wakaf Tunai;

c. 8% (delapan perseratus), apabila besarnya investasi Wakaf Tunai paling kurang mencapai 50% (lima puluh perseratus) dibanding setoran Wakaf Tunai;

d. 5% (lima perseratus), apabila besarnya investasi Wakaf Tunai dibawah 50% (lima puluh perseratus) dibanding setoran Wakaf Tunai.¹⁴

B. Hasil Penelitian

a) Strategi dan Pengembangan Dalam Pengelolaan Wakaf Uang Di Badan Wakaf Indonesia (BWI) Prov. Sumsel

Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan merupakan sebuah lembaga negara independen yang dibentuk berdasarkan UU No.41 tahun 2004 Tentang Wakaf. Badan ini dibentuk dalam rangka mengembangkan dan memajukan perwakafan Indonesia. Peran BWI sendiri ialah sebagai nazhir wakaf, dimana wakaf uang yang dihimpun oleh LKSPWU akan disalurkan atau dibeliakan SBSN kepada Kementerian Keuangan RI. Setelah itu BWI akan mengelola dana hasil SBSN tersebut untuk diberdayakan lebih lanjut dengan proyek sosial kepada mauquf

¹⁴ Dr. Sumuran Harahap, MAg, MM.

‘alaihi. Pada penelitian ini pihak BWI diwakili oleh Bapak Drs. Kuwat Sumarno M.Pd.I. selaku Sekretaris BWI Provinsi Sumatera Selatan mengenai strategi dan pengembangan wakaf uang yang dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan dengan demikian hasil dari analisis dapat membentuk perencanaan strategis perusahaan. Dari hasil wawancara yang dilakukan serta hasil kuisisioner dengan Badan Wakaf Indonesia (BWI) maka dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan juga ancaman yang dihadapi Badan Wakaf Indonesia sebagai berikut:

Strategi umum yang digunakan Badan Wakaf Indonesia Provinsi Sumatera Selatan dalam melakukan pengelolaan wakaf uang sesuai dengan hasil wawancara dengan Sekretaris BWI yaitu Bapak Drs. Kuwat Sumarno yang menyatakan bahwa:

Kantor BWI selalu berusaha melakukan yang terbaik dalam pengelolaan wakaf uang ini, karena kami sadar kami ada di dalam proses perkembangan. Bicara soal strategi ya, intinya kami meningkatkan kualitas internal, terutama pegawai, harus cakap, dan mengerti soal wakaf. Selanjutnya aset terhimpun dikelola dengan strategi yang baik maka selanjutnya bisa untuk dikembangkan, penghimpunan yang baik dan pengelolaan bisa dikembangkan apabila dengan strategi yang tepat, strategi dalam pengembangan yaitu literasi harus terus dilakukan, sosialisasi melalui member khutbah, majelis ta'lim, media. Dan juga harus dipraktekkan juga mengenai wakaf uang, dengan mempraktekkan disalurkankannya uang sebesar

Rp. 10.000, dan didukung oleh teknologi yang baik. Contohnya lewat QRIS dan Transfer ke Bank Sumsel Babel sebagai mitra kerja.

b) Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi dan Pengembangan Wakaf Uang pada Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Data penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah data primer berupa data organisasi dengan berbagai persoalan yang terkait dengan analisis SWOT dalam menentukan strategi dan pengembangan Wakaf uang di BWI Provinsi Sumatera Selatan dengan melakukan wawancara dan kuesioner. Untuk mendapatkan pemahaman mengenai analisis bagaimana analisis strategi dan pengembangan wakaf uang di BWI Prov Sumsel dalam menjalankan pengelolaan wakaf uang yang lebih baik maka penulis akan menyajikan data yang diperoleh mengenai lingkungan organisasi baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.

Dari hasil wawancara penulis, bahwa Badan Wakaf Indonesia Provinsi Sumatera Selatan dalam mengembangkan wakaf uang selain memiliki kekuatan dan peluang yang besar namun juga terdapat kelemahan dan ancaman. Hal ini

sesuai dengan wawancara dengan salah satu staff BWI divisi pengembangan Nazhir yaitu Bapak H. Imron Rosadi, S. Ag M.Pd.i dan Ibu Ririn Oktariani A.Md yang menyatakan bahwa:

“Strategi dan pengembangan wakaf uang pastinya memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangannya masing-masing, dimana Badan Wakaf Indonesia selaku yang menghimpun dan mengelola wakaf uang sudah siap dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.”

Setelah menentukan ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis internal maupun eksternal maka langkah selanjutnya ialah menentukan strategi yang dapat digunakan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) Prov. Sumsel agar dapat melakukan formulasi arah strategi dengan menggunakan matriks SWOT.

Untuk mendapatkan informasi dan gambaran organisasi secara utuh maka penulis melakukan wawancara kepada pihak terkait yang mampu memberikan jawaban dalam hal ini sekretaris Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan, dengan instrumen kuesioner terkait judul yang diangkat guna dianalisis rincian faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan peluang serta dilengkapi dengan faktor eksternal yang berisi kelemahan dan ancaman yang didapatkan hasil rekapitulasi sebagai berikut :

a) *Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)*

Pada IFAS terdapat 2 unsur yang akan dibahas, yakni strength dan weakness. Pada IFAS ini, peneliti mengidentifikasi berbagai faktor yang melekat pada wakaf uang sehingga diketahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Setelah identifikasi dilakukan, peneliti melakukan wawancara dengan tiga key person untuk meminta pendapatnya dan merangkumnya menjadi sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan (*strength*) adalah kondisi internal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan, terdapat 4 kekuatan yang dimiliki yakni sebagai berikut :

Tabel 4.1 Faktor Lingkungan Internal Kekuatan (*Strength*)

	Kekuatan
S1	Kemudahan bertransaksi dengan tersedianya 2 bank sebagai mitra kerja
S2	Uang yang diwakafkan terjamin aman dan transparansi
S3	Prosedur mudah, cepat dan aman
S4	Promosi wakaf uang melalui sosial media maupun kegiatan masyarakat

1. Kemudahan bertransaksi dengan tersedianya dua bank sebagai mitra kerja
Wakaf Uang yang akan membantu dalam hal kemudahan transaksi dan promosi produk wakaf. Hal ini terus untuk menjadi fasilitas masyarakat untuk berwakaf menggunakan rekening yang sudah dimiliki
2. Uang yang diwakafkan terjamin aman dan transparansi

Uang yang diwakafkan terjamin aman dan transparansi kepada wakif dengan adanya laporan penyaluran dan laporan pengelolaan wakaf uang. Hal ini sangat penting karena dapat meningkatkan kepercayaan wakif, sehingga wakaf uang selanjutnya para wakif berminat untuk berinvestasi instrumen ini kembali.

3. Prosedur mudah, cepat dan aman

Dengan adanya 2 bank sebagai mitra kerja sehingga proses berwakaf uang lebih mudah dilakukan dan Bank wajib bertanggung jawab atas keseluruhan wakaf uang yang dititipkan oleh wakif. Oleh karena itu Badan Wakaf Indonesia Prov. Sumsel mempermudah dan menjamin wakaf uang dari para wakif dengan baik dan Amanah.

4. Promosi wakaf uang melalui sosial media maupun kegiatan kemasyarakatan

Dengan memanfaatkan teknologi seperti media sosial telah dilakukan oleh pihak Badan Wakaf Indonesia (BWI) Prov. Sumatera Selatan maka wakaf uang mendapat perhatian oleh investor perorangan/lembaga yang memiliki sumber dana yang relatif besar ataupun kecil.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*weakness*) adalah kondisi internal yang menghambat organisasi untuk mendapatkan objektif organisasi. Terdapat 4 kelemahan organisasi yang dinilai menghambat pengelolaan dan pendayagunaan wakaf

uang pada Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan antara lain :

Tabel 4.2 Faktor Lingkungan Internal Kelemahan (*Weakness*)

	Kelemahan
W1	Belum mempunyai kantor terpisah dengan Kantor Wilayah Kementerian Agama
W2	Kurangnya minat pemuda dan remaja menjadi relawan wakaf
W3	Masyarakat masih awam dengan wakaf uang
W4	Badan Wakaf Indonesia Prov. Sumsel belum memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai bagian promosi

1. Belum mempunyai kantor terpisah dengan Kantor Wilayah Kementerian Agama

Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan belum mempunyai kantor permanen sendiri yang mengakibatkan minimnya pergerakan operasional. Hal ini diakui menjadi hambatan dalam pengembangan wakaf tunai di Sumatera Selatan.

2. Kurangnya minat pemuda dan remaja menjadi relawan wakaf

Minimnya relawan wakaf yang ada di BWI Provinsi Sumatera Selatan juga akan kesulitan dalam melakukan pencegahan dan tindak lanjut

pendayagunaan dana wakaf pada daerah yang membutuhkan seperti korban bencana, kebakaran dan sebagainya.

3. Masyarakat masih awam dengan wakaf uang,
Indeks literasi wakaf di Indonesia tergolong rendah, dikarenakan masyarakat hanya mengetahui wakaf tanah dan bangunan sehingga kondisi ini dinilai sebagai potensi yang belum dimanfaatkan dengan baik.
4. Badan Wakaf Indonesia belum memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai bagian promosi kurangnya kesadaran dan dukungan dari berbagai lembaga-lembaga yang ada serta pemerintah sehingga dana wakaf tidak terhimpun secara maksimal.

b) *External Factor Analysis Strategy (EFAS)*

Pada EFAS ini terdapat 2 unsur yang akan dibahas, yaitu opportunity dan threat. Tidak jauh berbeda dengan IFAS, pada unsur EFAS peneliti mengidentifikasi peluang dan tantangan yang sedang dan akan dihadapi oleh wakaf uang. Setelah melakukan identifikasi, peneliti melakukan wawancara dengan tiga key person tersebut dan menghasilkan EFAS sebagai berikut:

a. *Peluang (Opportunity)*

Peluang (Opportunity) adalah kondisi eksternal yang menunjang organisasi untuk mencapai objektifnya yang terdapat 6 peluang wakaf uang, yakni sebagai berikut:

Tabel 4.3 Faktor Lingkungan Eksternal Peluang (*Opportunity*)

	Peluang
O1	Banyaknya literatur pengembangan wakaf uang berdasarkan Undang-Undang No.41 Tahun 2004
O2	Tersedianya layanan produk bank untuk pengembangan wakaf uang
O3	Mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim sehingga memiliki pangsa pasar yang besar
O4	Regulasi wakaf uang yang sudah ada
O5	Masyarakat Indonesia merupakan orang yang dermawan sehingga memudahkan penghimpunan wakaf uang
O6	Potensi wakaf uang yang besar, yaitu Rp180 Triliun

1. Semakin banyaknya literatur wakaf uang terkait dengan Undang-Undang No.41 tahun 2004

Ekonomi syariah di Indonesia mengalami perkembangan salah satunya dikarenakan kebijakan pemerintah yang berpihak kepada ekonomi syariah. Hal ini memberikan kepastian hukum bagi wakaf uang untuk diimplementasikan.

2. Tersedianya layanan produk bank untuk pengembangan wakaf uang

Dukungan oleh lembaga keuangan seperti bank syariah yang sekarang memiliki layanan produk wakaf seperti sertifikat wakaf uang. Hal ini

memberikan akses yang lebih kepada nasabah bank tersebut untuk berwakaf secara langsung saat bertransaksi dilembaga perbankan, serta ini juga menandai inovasi pengumpulan dana wakaf yang lebih baik karena dijamin oleh lembaga perbankan yang mempunyai tata kelola yang baik.

3. Mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim sehingga memiliki pangsa pasar yang besar

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Dengan presentase penduduk sebesar 87,2 % dari total penduduk Indonesia. Dengan penduduk Muslim yang besar dan semangat filantropi yang baik membuat wakaf uang memiliki peluang dalam penghimpunannya.

4. Regulasi wakaf uang yang sudah ada

Terdapat banyak regulasi yang telah diterbitkan pemerintah seperti UU No.41 Tahun 2004 Tentang Wakaf, UU No. 19 Tahun 2008 Tentang SBSN, serta UU lainnya.

5. Masyarakat Indonesia merupakan orang yang dermawan sehingga memudahkan penghimpunan wakaf uang.

Berdasarkan penelitian dari Charities Aid Foundation World Giving Index 2018, Indonesia merupakan negara dengan tingkat kedermawanan tertinggi di dunia. Dalam laporan tersebut terlihat bahwa skor masyarakat untuk saling membantu sebesar 46% berdonasi materi 78% dan melakukan kegiatan sukarelawan sebesar 53%. Ini menandakan wakaf uang memiliki peluang

untuk mendapatkan penghimpunan yang besar karena instrumen ini merupakan instrumen investasi sosial.

6. Potensi wakaf uang yang besar, yaitu Rp180 triliun

Berdasarkan penelitian yang dilakukan BWI, potensi wakaf uang di Indonesia sebesar Rp180 triliun. Namun penghimpunan wakaf uang yang dilakukan baru sebesar Rp819 triliun pada tahun 2022. Hal ini menjadi peluang bagi wakaf uang untuk memenuhi potensi tersebut agar lebih maksimal.

b. Ancaman (*Threat*)

Ancaman (*Threat*) adalah kondisi eksternal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai objektifnya, terdapat 6 ancaman yang berasal dari luar wakaf uang, yakni sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Faktor Lingkungan Eksternal Ancaman (*Threat*)

	Ancaman
T1	Pengetahuan masyarakat terhadap wakaf uang terbatas
T2	Kesadaran masyarakat untuk melakukan wakaf uang masih rendah
T3	Masyarakat masih awam dengan wakaf uang
T4	Kurangnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap nazhir wakaf

T5	Dalam UU ikrar wakaf harus dilakukan dihadapan nazhir sehingga penghimpunan secara online kurang optimal
T6	Adanya alternatif investasi sosial lain yang lebih digemari

1. Pengetahuan masyarakat terhadap wakaf uang terbatas

Kendala terbesar dari penghimpunan wakaf uang ialah mayoritas masyarakat belum mengenal program wakaf uang itu sendiri. Dengan literasi yang rendah tersebut membuat penghimpunan dan pelaksanaan wakaf uang dapat terhambat.

2. Kesadaran masyarakat untuk melakukan wakaf uang masih rendah

Kesadaran masyarakat untuk berwakaf saat ini masih rendah. Dari sisi kesadaran publik, indeks literasi wakaf secara nasional di Indonesia masih rendah yaitu 50,48.

3. Masyarakat masih awam dengan wakaf uang

Kurangnya intensitas sosialisasi lapangan yang langsung bertatap muka dan berdialog dengan masyarakat umum, hal ini disebabkan oleh minimnya dana wakaf uang terkumpul sehingga biaya operasional yang bisa digunakan juga belum maksimal.

4. Kurangnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap nazhir wakaf

Mayoritas masyarakat kurang mempercayai nazhir wakaf di Indonesia untuk mengelola dananya. Mereka lebih mempercayai tokoh masyarakat setempat untuk mengelola aset wakaf.

5. Dalam ikrar wakaf harus dilakukan dihadapan nazhir sehingga penghimpunan secara online kurang optimal.

Dalam UU No. 41 tahun 2004 tentang Wakaf Pasal 17 ayat 1 mengatakan bahwa:

“ikrar wakaf dilaksanakan oleh Wakif kepada Nazhir di hadapan Pejabat Pembuat Akta Ikrar Wakaf (PPAIW) dengan disaksikan oleh 2 (dua) orang saksi”.

Hal ini membuat LKSPWU ke sulitan untuk menghimpun wakaf uang secara ritel atau online karena melanggar UU tersebut.

6. Adanya alternatif investasi sosial lain yang lebih digemari investor

Wakaf uang bukan satu-satunya instrumen filantropi maupun investasi sosial di Indonesia. Dan banyaknya pilihan investasi sosial maupun filantropi di Indonesia membuat penghimpun di sektor ini menjadi terbagi. Belum lagi mayoritas masyarakat belum mengenal dan memahami wakaf uang, terkhusus wakaf uang.

Tabel 4.5 Matriks SWOT

	Strenght (S)	Weakness (W)
IFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan bertransaksi dengan tersedianya 2 bank sebagai mitra kerja. 2. Uang yang diwakafkan terjamin aman dan transparansi. 3. Prosedur mudah, cepat dan aman. 4. Promosi wakaf uang melalui sosial media maupun kegiatan kemasyarakatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum mempunyai kantor terpisah dengan Kantor Wilayah Kementerian Agama. 2. Kurangnya minat pemuda dan remaja menjadi relawan wakaf. 3. Masyarakat masih awam dengan wakaf uang. 4. Badan Wakaf Indonesia belum memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai media promosi
EFAS		
Opportunity (O)	Strength Opportunities (SO)	Weakness Opportunities (WO)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya literatur pengembangan wakaf uang berdasarkan Undang-Undang No.41 Tahun 2004 2. Tersedianya layanan produk bank untuk pengembangan wakaf uang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Digitalisasi wakaf uang untuk menarik dan memudahkan akses wakif dari sektor pengguna internet 2. Pengumpulan dana dengan cara ritel untuk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan <i>adjustment</i> pada wakaf uang sehingga dapat diterima sistem pembukuan perusahaan umum 2. Meningkatkan mutu nazhir yang kurang optimal.

<p>3. Mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim sehingga memiliki pangsa pasar yang besar.</p> <p>4. Regulasi wakaf uang yang sudah ada.</p> <p>5. Masyarakat Indonesia merupakan orang yang dermawan sehingga memudahkan penghimpunan wakaf uang.</p> <p>6. Potensi wakaf uang yang besar, yaitu Rp180 triliun.</p>	<p>menjangkau lebih banyak investor/wakif individu.</p> <p>3. Meningkatkan promosi dengan membuat iklan di internet.</p> <p>4. Mempertahankan citra perusahaan di mata masyarakat sehingga meningkatkan loyalitas wakif.</p> <p>5. Optimalisasi pendekatan dengan para calon donatur.</p>	<p>3. Peningkatan peran semua stakeholder dalam mengembangkan dana wakaf semaksimal mungkin.</p>
Threats (T)	Strength Threats (ST)	Weakness Threats (WT)
<p>1. Pengetahuan masyarakat terhadap wakaf uang terbatas.</p> <p>2. Kesadaran masyarakat untuk melakukan wakaf uang masih rendah.</p> <p>3. Masyarakat masih awam dengan wakaf uang</p> <p>4. Kurangnya tingkat</p>	<p>1. melakukan penyesuaian dan penguatan regulasi wakaf agar implementasi wakaf uang optimal.</p> <p>2. Meningkatkan daya saing perusahaan yang lebih dari perusahaan lain.</p>	<p>1. Melakukan <i>Social Media Campaign</i> secara masif agar meningkatkan literasi dan minat masyarakat berwakaf uang.</p> <p>2. Bekerja sama dengan pemerintah atau lembaga terkait dalam menguatkan infrastruktur.</p>

<p>kepercayaan masyarakat terhadap nazhir wakaf.</p> <p>5. Dalam UU ikrar wakaf harus dilakukan dihadapan nazhir sehingga pengumpulan secara online kurang optimal.</p> <p>6. Adanya alternatif investasi sosial lain yang lebih digemari investor.</p>		<p>3. Pelatihan dan bimbingan dari BWI, Bank Syariah dan Nazhir wakaf professional kepada nazhir wakaf lainnya.</p>
---	--	---

Dari tabel 4.5 yang dihasilkan dari matriks SWOT diatas, terdapat 4 strategi yaitu :

1. Strategi *Strength – Opportunity* (SO)

Berdasarkan matriks SWOT yang didapatkan perumusan SO dari faktor kekuatan dan peluang dengan alternatif yaitu :

- a) Digitalisasi wakaf uang untuk menarik dan memudahkan akses wakif dari sektor pengguna internet.

Digitalisasi wakaf dilakukan untuk memudahkan akses berinvestasi Wakaf Uang kepada masyarakat. Hal ini dilakukan dengan mengadaptasikan wakaf menjadi *e-paymant* dengan cara membuat suatu *platform* khusus untuk membayar wakaf ataupun bekerja sama dengan *platform* tertentu seperti kitabisa.com disektor sosial maupun *e-commerce* seperti Bukalapak untuk menyasar pangsa pasar yang ada. Dan dari *platform* tersebut wakaf uang akan

dihimpun oleh LKSPWU yang kemudian akan disalurkan ke nazhir wakaf untuk dikelola. Dengan ini wakaf uang yang terkumpul akan disalurkan ke BWI dan kemudian dibelikan SBSN. Dengan kata lain, digitalisasi wakaf memiliki banyak manfaat, dari integrasi sistem keuangan antara nazhir dengan lembaga keuangan syariah hingga tersedianya *big data*.

- b) Pengumpulan dana dengan cara ritel untuk menjangkau lebih banyak investor/*wakif* individu.

Wakaf uang perlu melakukan penghimpunan dengan cara lain untuk memperluas pasar, salah satu caranya adalah dengan wakaf uang ritel. Dengan penghimpunan secara ritel dapat memperluas pasar investor/*wakif* individu sehingga dapat menjangkau wakif yang sebelumnya belum terjangkau.

- c) Meningkatkan promosi dengan membuat iklan di internet.

Dari segi teknologi, penggunaan media internet untuk proses pemasaran yang telah dilakukan juga harus dioptimalkan lagi, dengan memperluas jangkauan-jangkauan pemasaran yang sudah ada sebelumnya. Tidak hanya untuk proses pemasaran, kemajuan teknologi juga dapat dimanfaatkan untuk proses wakaf uang secara efektif dan efisien.

- d) Mempertahankan citra perusahaan dimata masyarakat sehingga meningkatkan loyalitas wakif.

Dengan kondisi persaingan yang sekarang ini, setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat terus berkembang. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan/lembaga

adalah mempertahankan pelanggan yang telah ada. Dengan kata lain, perusahaan harus mampu mempertahankan loyalitas wakif. Loyalitas wakif merupakan konsep yang sangat penting khususnya pada kondisi demikian loyalitas pada merek sangat dibutuhkan agar perusahaan dapat bertahan hidup.

e) Optimalisasi pendekatan dengan para calon donatur.

2. Strategi *Weakness – Opportunity* (WO)

Berikut merupakan strategi WO yang merupakan faktor dari kelemahan dan memanfaatkan peluang untuk meminimalisir kelemahan :

a) Melakukan *adjustment* pada wakaf uang sehingga dapat diterima sistem pembukuan perusahaan umum.

Penyesuaian sistem pembukuan pada wakaf uang diperlukan agar perusahaan maupun lembaga umum dapat berinvestasi di Wakaf Uang. Untuk memudahkan perusahaan umum mengakses wakaf uang, instrumen tersebut dapat dijadikan wakaf abadi sehingga dapat menyerap *corporate social responsibility* (CSR). Ini dikarenakan CSR perusahaan umum yang dapat menyerap CSR. Ini dikarenakan CSR perusahaan yang terdapat dalam Peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012 tentang forum tanggungjawab dunia usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial. Hal ini dilakukan agar perusahaan maupun lembaga tersebut dapat terhindar dari pelanggaran

pembukuan perusahaan. Dengan penyelarasan tersebut dapat membuat peluang lembaga maupun perusahaan umum untuk menjadi *wakif* lebih terbuka.

b) Meningkatkan mutu nakhir yang kurang optimal

Sebuah perusahaan yang berorientasi profit tentu selalu mencari celah untuk meningkatkan tingkat program yang dihasilkan. Manajemen nakhir menjadi penting karena sangat terkait dengan analisis dan perencanaan strategis untuk membuat wakaf uang bernilai dimata wakif. Semua elemen tersebut kemudian diatur dan pada gilirannya diharapkan mampu meningkatkan dan mendorong pendapatan yang positif.

c) Peningkatan peran semua stakeholder dalam mengembangkan dan wakaf semaksimal mungkin.

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada, tingginya peluang Tingginya peluang pangsa pasar yang menjanjikan dengan mayoritas penduduk beragama muslim dan banyak menjadi peluang yang kuat untuk memaksimalkan penghimpunan. Hal ini dilakukan dengan mengoptimalkan peluang dukungan pemerintah dan pendekatan dengan para calon donator untuk penambahan wakaf uang. Penambahan wakaf uang ini akan berdampak luas pada peningkatan kinerja secara keseluruhan dan dapat meminimalkan suatu kelemahan yang ada.

3. Strategi *Strenght-Threats* (ST)

Berikut merupakan strategi ST yang berdasarkan pada kekuatan dan ancaman :

- a) Melakukan penyesuaian dan penguat regulasi wakaf agar implementasi wakaf uang optimal.

Memperkuat regulasi untuk wakaf uang diperlukan untuk membuat landasan yang lebih kuat. Pada UU No. 21 Tahun 2004 Tentang Wakaf dijelaskan mengenai wakaf uang. Namun perlu disadari UU ini butuh perbaikan, sehingga membutuhkan penyesuaian dan penguatan untuk menunjang pelaksanaan Wkaaf Uang. Beberapa memperjelas ikrar wakaf pada pasal 17 ayat 1 UU No. 41 Tahun 2004 dimana penjelasan skema ikrar wakaf, baik *online* maupun *offline* perlu diperjelas agar LKSPWU tidak melanggar konstitusi dalam upaya menghimpun wakaf uang wakaf uang melalui *online*. Selain itu, memasukkan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) sebagai salah satu *nazhir* karena mereka yang lebih memahami manajemen keuangan dan risiko.

- b) Meningkatkan daya saing perusahaan yang lebih dari perusahaan lain

Dengan meningkatkan daya saing perusahaan, Badan Wakaf Indonesia (BWI) Prov. Sumsel dituntut untuk merumuskan dan menciptakan suatu strategi bersaing yang tepat untuk dapat mengalahkan rivalnya dalam berkompetensi. Hanya perusahaan yang memiliki daya saing strategis yang berkelanjutan akan menang dalam persaingan. Kualitas program yang tinggi adalah merupakan salah satu dari keunggulan kompetitif yang dapat dipergunakan untuk unggul dalam persaingan. Dengan kualitas program yang tinggi dapat dipergunakan sebagai senjata ampuh untuk menang dalam persaingan.

4. Strategi *Weakness-Threats* (WT)

Strategi WT merupakan strategi yang dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman, yang terdiri dari :

- a) Melakukan *Sosial Media Campaign* secara masif agar meningkatkan literasi dan minat masyarakat berwakaf uang.

Melakukan *Sosial Media Campaign* secara masif untuk meningkatkan literasi dan minat masyarakat agar memahami serta berinvestasi di Wakaf Uang. Dompet Dhuafa pada 2019 melakukan sosialisasi wakaf dengan tema “Wake Up! Wakaf”, namun sosialisasi tersebut melalui sosial media kurang optimal. Dilansir berita PUSKAS BAZNAS tahun 2020 yang berjudul “*The Zakat Campaign and Its Effectiveness Score*”, masyarakat saat ini lebih menyukai dan sering mengakses serta menyerap informasi melalui media sosial. Peluang tersebut harus lebih dimanfaatkan dengan cara mengemas sosialisasi tersebut secara kreatif melalui media sosial.

- b) Bekerja sama dengan pemerintah atau lembaga terkait dalam menguatkan infrastruktur.

Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan serta menghindari ancaman. Selain itu wakaf uang juga harus memperbaiki manajemen untuk kelemahan wakaf uang. Perencanaan sangat diperlukan dalam menjalankan suatu perusahaan agar lebih terarah dan mencapai tujuannya dengan tepat.

- c) Pelatihan dan bimbingan dari BWI, bank syariah dan Nazhir wakaf professional kepada nazhir wakaf lainnya.

Perlu dilakukan pelatihan secara intensif dan berkelanjutan kepada para nazhir wakaf sehingga mereka menjadi nazhir yang professional dan memiliki kredibilitas yang tinggi. Sistem yang digunakan adalah proyek yang dilakukan berbasis kerjasama, dimana BWI, bank syariah dan nazhir profesional dalam mengerjakan suatu proyek, sehingga terjadi *transfer knowledge* pada nazhir tersebut. Bimbingan dan mentoring dilakukan selama proyek berlangsung agar nazhir yang dilatih tersebut lebih terarah.

c) Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal Strategi dan Pengembangan Wakaf Uang di Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan

Hasil evaluasi IFAS dan EFAS ini didasarkan atas bobot yang telah ditentukan oleh peneliti dan rating yang dipilih oleh responden. Berikut merupakan hasil evaluasi IFAS yang terdiri dari 4 faktor strength dan 4 faktor weakness serta 6 faktor EFAS opportunity dan threat.

Tabel 4.6 Evaluasi IFAS Dengan Bobot

No.	KEKUATAN (STRENGTH)	Bobot A	Rating B	Total C (A x B)
1.	Kemudahan bertransaksi dengan tersedianya 2 bank sebagai mitra kerja	0,17	3,75	0,63
2.	Uang yang diwakafkan terjamin aman dan transparansi	0,17	3,75	0,63
3.	Prosedur mudah, cepat dan aman	0,14	3,75	0,45
4.	Promosi wakaf uang melalui sosial media maupun kegiatan kemasyarakatan	0,17	3,25	0,63
	Total Kekuatan	0,65		2,34
No.	KELEMAHAN (WEAKNESS)	Bobot A	Rating B	Total C (A x B)
1.	Belum mempunyai kantor terpisah dengan Kantor Wilayah Kementerian Agama	0,08	1,75	0,14
2.	Kurangnya minat pemuda dan remaja menjadi relawan wakaf	0,09	2,00	0,16
3.	Masyarakat masih awam dengan wakaf uang	0,09	2,00	0,16
4.	Badan Wakaf Indonesia belum memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai bagian promosi	0,09	2,00	0,16
	Total Kelemahan	0,35		0,62
	Total Keseluruhan Kekuatan dan Kelemahan	1		2,96

Sumber Data : Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, diperoleh total skor sebesar 2,96, yang artinya Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan memiliki posisi internal

yang kuat dan melebihi nilai rata-rata. Nilai ini juga menunjukkan bahwa dalam usahanya menjalankan strategi menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi di atas rata-rata dalam hal kekuatan internal secara keseluruhan, yang terkait dengan bidang, keuangan dan organisasi. Adapun selisih skor dari kekuatan dan kelemahan sebesar 1,72 yang artinya kekuatan wakaf uang di BWI Prov. Sumsel lebih besar dibanding kelemahan wakaf uang itu sendiri dan memiliki selisih angka yang lumayan besar

Adapun kelemahan yang dimiliki Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan ialah masyarakat yang masih awam dan belum mengenal wakaf uang.

Tabel 4. 7 Evaluasi EFAS Dengan Bobot

No.	PELUANG (<i>OPPORTUNITY</i>)	Bobot A	Rating B	Total C (A x B)
1.	Banyaknya literatur pengembangan wakaf uang berdasarkan Undang-Undang No.41 Tahun 2004	0,13	4,00	0,52
2.	Tersedianya layanan produk bank untuk pengembangan wakaf uang	0,13	4,00	0,52
3.	Mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim sehingga memiliki pangsa pasar yang besar	0,11	3,5	0,38
4.	Regulasi wakaf uang yang sudah ada	0,11	3,5	0,38
5.	Masyarakat Indonesia merupakan orang yang dermawan sehingga memudahkan penghimpunan wakaf uang	0,12	3,75	0,45
6.	Potensi wakaf uang yang besar, yaitu Rp180 triliun	0,11	3,5	0,38

	Total Peluang	0,71		2,63
No.	ANCAMAN (Threat)	Bobot A	Rating B	Total C (A x B)
1.	Pengetahuan masyarakat terhadap wakaf uang terbatas	0,04	1,25	0,05
2.	Kesadaran masyarakat untuk melakukan wakaf uang masih rendah	0,06	1,75	0,10
3.	Masyarakat masih awam dengan wakaf uang	0,04	1,25	0,05
4.	Kurangnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap nazhir wakaf	0,05	1,5	0,07
5.	Dalam UU ikrar wakaf harus dilakukan di hadapan nazhir sehingga penghimpunan secara online kurang optimal	0,04	1,25	0,05
6.	Adanya alternatif investasi sosial lain yang lebih digemari investor	0,06	1,75	0,10
	Total Ancaman	0,29		0,42
	Total Keseluruhan	1		3,05

Sumber Data : Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, diperoleh total skor 3,05. Hal ini menunjukkan bahwa Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan memiliki strategi pemasaran yang baik dan mampu mengolah peluang dengan baik. Selain memiliki strategi pemasaran yang baik BWI juga harus mengantisipasi dan meminimalisir ancaman dari hal-hal luar yang kedepannya akan terjadi. Peluang yang dapat digunakan BWI Provinsi Sumatera Selatan yaitu banyaknya masyarakat kota Palembang yang beragama islam dan menginginkan berwakaf dengan cara aman dan mudah, sehingga wakaf uang yang telah dihimpun dapat disalurkan manfaatnya dengan baik dan transparansi.

Selain itu memiliki peluang Badan Wakaf Indonesia Prov. Sumatera Selatan juga memiliki ancaman yang harus dapat diantisipasi yaitu banyaknya lembaga keuangan lain yang menawarkan wakaf uang, atau banyak pesaing dengan lembaga/perusahaan yang sama-sama menyediakan berwakaf uang. Peluang dan ancaman memiliki selisih skor sebesar 2,42 yang artinya masih banyak peluang yang dapat mengantisipasi ancaman-ancaman yang akan dihadapi Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan.

Setelah mendapatkan hasil dari matriks IFAS dan EFAS, hal selanjutnya yang dilakukan ialah menentukan sumbu (X,Y). Cara menentukan sumbu (X,Y) ialah dengan cara melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan total faktor W. kemudian, mencari nilai X dengan cara melakukan pengurangan antara jumlah faktor O dengan total faktor T.

Untuk mengetahui hasil dari faktor internal dan faktor eksternal, maka yang harus dilakukan selanjutnya ialah menentukan titik koordinat untuk mengetahui posisi strategi pemasaran wakaf uang di Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Sumbu X (horizontal) sebagai faktor internal kekuatan dan kelemahan didapatkan hasil koordinat $X = 2,34 - 0,62 = 1,72$
- 2) Sumbu Y (vertikal) sebagai faktor eksternal peluang dan ancaman didapatkan hasil $Y = 2,63 - 0,42 = 2,42$

Setelah menemukan hasil dari sumbu (X,Y) maka akan dibuat kuadran untuk menentukan posisi kuadran perusahaan¹⁵. Terdapat 4 sel kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

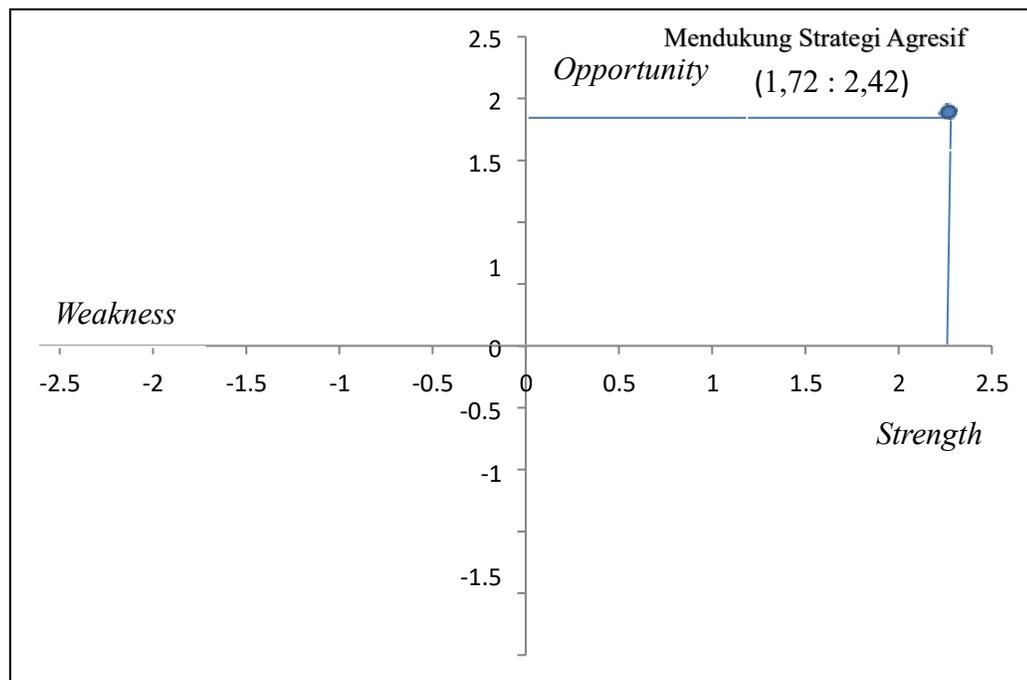
- 1) Kuadran I (positif,positif). Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan yang kuat dan berpeluang. Strategi yang diberikan ialah strategi agresif yang artinya sebuah perusahaan berada dalam kondisi prima dan memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi.
- 2) Kuadran II (positif,negatif). Posisi ini menunjukkan bahwa sebuah perusahaan yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Strategi yang diberikan ialah diversifikasi strategi yang artinya perusahaan berada dalam kondisi mantap akan tetapi menghadapi sejumlah tantangan yang berat.
- 3) Kuadran III (negatif,positif). Posisi ini menunjukkan sebuah perusahaan dalam kondisi lemah namun memiliki peluang. Rekomendasi strategi yang diberikan ialah mengubah strategi yang sebelumnya telah dilakukan sekaligus untuk memperbaiki kinerja perusahaan.
- 4) Kuadran IV (negatif,negatif). Posisi ini menunjukkan sebuah perusahaan yang lemah dan menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan ialah strategi bertahan, yang artinya perusahaan disarankan

¹⁵ Dr. Ir Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020).

dapat mengendalikan kinerja internal sambil terus berupaya memperbaiki diri.

Hasil perhitungan dari koordinat diagram SWOT bernilai positif. Kedua sumbu tersebut memiliki nilai $X = 1,72$ dan $Y = 2,42$. Kedua sumbu tersebut menghasilkan nilai (positif,positif) yang menandakan bahwa Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan berada pada posisi Kuadran II yang dapat dilihat pada diagram dibawah ini.

Diagram 4.1. 1 Analisis SWOT



Dilihat dari diagram analisis SWOT diatas diperoleh sumbu X dan Y. Titik koordinat pada diagram diatas menunjukkan posisi Kuadran I. Kuadran I menjadi situasi yang menguntungkan dimana Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi

Sumatera Selatan memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dan memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi.

Dari strategi pemasaran di atas yang dilakukan Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan secara keseluruhan belum sepenuhnya mencapai keberhasilan, hal ini dapat dilihat masih banyaknya Masyarakat yang masih awam dengan wakaf uang sehingga diperlukan promosi dan meningkatkan keberadaan wakaf uang. Oleh karena itu BWI Provinsi Sumatera Selatan harus lebih meningkatkan lagi pemasaran wakaf uang pada masyarakat umum.

Penjelasan diatas sesuai dengan pernyataan Kotler (2020) yang menyatakan bahwa kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan usaha dan berkembang untuk mencapai apa yang mereka butuhkan. Badan Wakaf Indonesia (BWI) Provinsi Sumatera Selatan terus menerus melakukan strategi dan pengembangan wakaf uang untuk mencapai target yang diinginkan dan melampaui para pesaing.