BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Negara Indonesia sebagai negara dengan mayoritas yang penduduknya beragama Islam, tentu memiliki potensi wakaf yang sangat besar. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk muslim mencapai 245,97 juta jiwa atau sekitar 87,08% dari total populasi di Indonesia (Muhammad, 2024 Agustus 08). Banyaknya kebijakan yang secara langsung maupun tidak langsung mengatur kehidupan umat Islam di Indonesia. Melihat berkembangnya dunia perekonomian islam menunjukan bahwasannya Indonesia menjadi salah satu Negara yang mayoritas penduduk muslim, berpotensi dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat, salah satunya yakni dengan amalan wakaf yang merupakan suatu kegiatan bermuamalah dalam ajaran Agama Islam.

Wakaf adalah salah satu instrumen ajaran Islam yang memiliki keterkaitan erat dengan nilai sosial dan ekonomi masyarakat. Wakaf bukan hanya berdimensi religi, tetapi juga berdimensi sosial dan ekonomi, karenakan wakaf dapat membantu mengatasi masalah-masalah sosial dan ekonomi masyarakat. Umat Islam di seluruh dunia telah mempraktikkan wakaf sejak zaman Nabi Muhammad sampai sekarang termasuk oleh masyarakat Islam di Indonesia (Khoerudin, 2018: 2).

Seiring berkembangnya zaman, wakaf saat ini sudah berupa uang serta wakaf produktif yang tidak hanya berupa aset tetap saja. Maka, sebagaimana tercantum didalam Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2006 berisi bahwa aturan

pemerintah memperluas cakupan harta wakaf, yang salah satunya ialah wakaf uang (Badan Wakaf Indonesia, 2011: 71). Menurut prinsip dari kepemilikan harta dalam islam menyatakan bahwa harta tidak dibenarkan jika dikuasai hanya oleh sekelompok orang (Khoerudin, 2018: 2). Wakaf produktif berperan sebagai sumber pemberdayaan ekonomi yang potensial jika dikelola secara optimal oleh peran *nazhir* sesuai dengan Undang-undang No. 41 Tahun 2004 Pasal 42 Bab 5, yang menjelaskan bahwa sebagai *nazhir* wajib mengelola serta mengembangkan harta benda wakaf sesuai dengan fungsi, tujuan, dan juga peruntukannya (Hidayat, 2016: 25).

Namun, di Indonesia, nyatanya masih banyak penghimpunan maupun pengelolaan dana wakaf yang belum optimal, sehingga dalam perkembangan wakaf di beberapa daerah di Indonesia masih banyak yang kurang, salah satunya di Kota Tasikmalaya. Maka, dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi apa yang digunakan dalam penghimpunan serta pengelolaan wakafnya, yang jika sudah dapat ditemukan pola yang digunakan dan diterapkannya, menjadi inti yang di kemudian hari dapat diterapkan di lembaga wakaf lainnya, yang memiliki tujuan untuk memajukan perwakafan di Indonesia (Carolina, 2022: 1).

Banyaknya masyarakat muslim di Indonesia pada umumnya, masih menganggap bahwa pemahaman tentang wakaf hanya bersifat tradisional dari segi rukun dan syaratnya, salah satunya yakni dalam pemahaman kepentingan ibadah saja, seperti penyaluran mengenai wakaf hanya untuk kepentingan masjid, pondok pesantren dan kuburan (Harahap, 2019: 301). Oleh karena itu, persepsi sebagian

masyarakat mengenai objek wakaf saat ini masih terbatas hanya pada aset tetap dan masih menganggap bahwa wakaf identik dengan nominal yang besar (BWI, 2012 Mei 16).

Kurangnya masyarakat dalam pemahaman mengenai esensi dari wakaf dan peranan pada pembangunannya menjadikan kegiatan berwakaf sangatlah rendah. Adapun beberapa problematika di dalam berwakaf, seperti strategi yang belum efektif dan optimal yang menjadi dampak pada produktivitas dari harta wakaf itu sendiri, dari problematika ini menjadikan sebuah dorongan ataupun motivasi bahwa lembaga wakaf perlu diadakannya strategi *fundraising* yang baik, yang diterapkan pada sebuah lembaga atau organisasi baik dalam hal perencanaan maupun pengawasan, oleh setiap pengelola lembaga dengan berbagai perspektif masing-masing yang kedepannya memunculkan orientasi wakaf berjalan dengan baik juga optimal sebagaimana mestinya.

Sebuah lembaga yang mengelola serta mengatur dana wakaf, *fundraising* atau penghimpunan merupakan proses suatu kegiatan yang sangatlah penting, salah satunya di Kementerian Agama (Kemenag) Kota Tasikmalaya. Sejak diresmikannya Kota Tasikmalaya pada bulan Juli 2024 sebagai Kota Wakaf, oleh wakil Kementerian Agama RI yaitu Dr. H. Saiful Rahmat Dasuki, dengan alasan Kota Tasikmalaya memenuhi kriteria program Kota wakaf dalam tiga aspek, yaitu manajemen, objek wakaf, dan subjek wakaf yang bertempat di Auditorium HM. Rasjidi Kemenag RI Jakarta pusat. Penetapan Kota Tasikmalaya sebagai Kota wakaf ini, menjadi suatu amanah untuk mengoptimalkan manajemen *fundraising* dan pengelolaan dana wakaf produktif sebagai upaya mensejahterakan

masyarakat, dan diharapkan akan dapat menjadi salah satu contoh bagi daerah lain yang ada di Indonesia untuk terus mengembangkan potensi wakaf serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Rohayati, 2024 Juli 16). Kementerian Agama Kota Tasikmalaya berkomitmen untuk berkoordinasi dan berkolaborasi dengan berbagai pihak terutama dengan BWI (Badan Wakaf Indonesia) yang ada di Kota Tasikmalaya dalam memaksimalkan pengelolaan wakaf, sehingga memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat (Rohayati, 2024 Agustus 12).

Lembaga wakaf dalam usaha meningkatkan produktivitas wakaf, sebagai penghimpun dan pengelola dana wakaf, harus selalu berusaha profesional dan selalu meningkatkan keahliannya dalam melakukan berbagai inovasi yang dapat mendukung keberhasilan *fundraising* (penghimpunan) dana wakaf sehingga potensi pengelolaan wakaf selalu berkembang. Disamping itu, metode atau pola dari *fundraising* (penghimpunan) yang dilakukan pada setiap lembaga yang mengelola, tentu sangat berbeda dan juga memiliki strategi yang berbeda-beda.

Kepercayaan wakif merupakan faktor fundamental dalam penghimpunan dan pengelolaan dana wakaf produktif. Tingkat kepercayaan wakif sangat dipengaruhi oleh aspek transparansi, akuntabilitas, literasi, serta profesionalisme nazhir atau lembaga pengelola wakaf. Berdasarkan data yang ditemukan dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola wakaf menjadi salah satu kendala signifikan dalam pengembangan wakaf di Indonesia. Fenomena ini terlihat dari kurang optimalnya realisasi potensi wakaf nasional meskipun jumlah populasi muslim dan aset wakaf tergolong besar. Kepercayaan wakif erat kaitannya dengan kemampuan lembaga

dalam menyampaikan informasi secara terbuka, akurat, dan bertanggung jawab, serta sejauh mana kualitas sumber daya manusia yang terlibat mampu menjalankan amanah secara profesional (Sulaeman dkk, 2020: 4).

Selain itu, berbagai penelitian menekankan bahwa kepercayaan wakif akan tumbuh apabila pengelolaan dana wakaf bersifat transparan dan akuntabel, dengan pelaporan yang jelas dan sesuai prinsip modern manajemen wakaf. Dukungan data digital serta publikasi terbuka mengenai tata kelola dan hasil pemanfaatan wakaf juga turut memberikan dampak positif terhadap pembangunan citra lembaga serta mendorong partisipasi wakif untuk terus berwakaf secara produktif (BWI, 2021 Agustus 03). Melalui manajemen strategi *fundraising* yang efektif dan efisien akan meningkatkan pengumpulan dana wakaf dari masyarakat, sehingga dana yang terkumpul oleh lembaga akan lebih maksimal. Dengan demikian, penguatan kepercayaan wakif melalui upaya literasi, inovasi teknologi, serta peningkatan kualitas manajemen strategi menjadi unsur penting dalam keberhasilan strategi *fundraising* dana wakaf produktif, khususnya dalam lingkup Kementerian Agama Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 21 Januari 2025 dengan Bapak Ujang Muslihat, selaku ketua penyelenggara zakat dan wakaf Kementerian Agama Kota Tasikmalaya, bahwa optimalisasi penghimpunan dana wakaf produktif masih menghadapi berbagai tantangan yang bersifat kompleks. Salah satu penyebab utamanya adalah rendahnya literasi masyarakat terhadap konsep wakaf uang produktif. Selain itu, meskipun sebagian masyarakat telah memahami pentingnya wakaf, namun tingkat kepercayaan terhadap tata kelola maupun

transparansi Kemenag Kota Tasikmalaya sebagai penghimpun dana wakaf masih relatif rendah. Terlihat dari hasil data yang diperoleh dari Kemenag Kota Tasikmalaya, dalam jangka waktu kurang lebih satu tahun dari hari pertama di *launching* kannya program wakaf uang di Kota Tasikmalaya, daftar wakif periode bulan juli tahun 2024 sampai dengan bulan desember tahun 2024, baru 15 orang jumlah wakif dari 98,59% jiwa dari total populasi muslim di Tasikmalaya yang menitipkan wakafnya di Kemenag Kota Tasikmalaya. Hal ini berdampak pada keraguan wakif dalam menyalurkan hartanya melalui program-program pemberdayaan wakaf yang dijalankan, serta belum tercapainya jumlah anggaran yang diinginkan dalam menjalankan program-program yang telah direncanakan. Tingkat kesadaran masyarakat dalam menunaikan wakaf di Kemenag Kota Tasikmalaya masih perlu ditingkatkan. Maka, pengoptimalan berbagai program yang telah dijalankan menjadi langkah penting guna mencapai tujuan sebagai penghimpun dana wakaf yang efektif dan berkelanjutan.

Disamping itu, *fundraising* dana wakaf menjadi kunci dalam meningkatkan produktivitas aset wakaf dan kepercayaan wakif, sehingga partisipasi masyarakat dalam berwakaf dapat meningkat. Melihat potensi wakaf yang dimiliki Kota Tasikmalaya, merupakan salah satu peluang bagi terwujudnya kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, diharapkan partisipasi masyarakat dalam berwakaf dapat semakin meningkat dan memberikan dampak positif bagi pengelolaan dana wakaf terkhusus di Kota Tasikmalaya tersebut. Oleh karena itu, dilakukan penelitian ini, penulis memiliki tujuan untuk menganalisis serta mengetahui, seperti apa strategi yang diterapkan oleh lembaga terkait (Kemenag

Kota Tasikmalaya) dalam mengelola serta mengurus *fundraising* dana wakaf produktif secara optimal (Rahmalia, 2020: 1).

Penelitian ini memiliki keterkaitan erat dengan Manajemen Dakwah, karena keduanya bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan kesadaran masyarakat terhadap nilai-nilai agama. Maka, diharapkan penelitian skripsi tersebut dapat memberikan kontribusi pada pengembangan Manajemen Dakwah, terutama dalam hal pengelolaan dana wakaf yang efektif dan efisien serta menjadi model bagi lembaga wakaf lainnya di Indonesia, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan wakif dan mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan dakwah. Dengan demikian, penelitian skripsi ini akan dapat menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan keberhasilan Manajemen Dakwah untuk mencapai tujuannya.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini dapat ditarik sebagai fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Formulasi Strategi *Fundraising* dana wakaf produktif yang diterapkan di kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan kepercayaan wakif?
2. Bagaimana Implementasi Strategi *Fundraising* dana wakaf produktif yang diterapkan di Kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan kepercayaan wakif?

3. Bagaimana Evaluasi Strategi *Fundraising* dana wakaf produktif yang diterapkan di Kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan kepercayaan wakif?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, berdasarkan fokus fpenelitian yang dikemukakan adalah:

1. Untuk mengetahui Formulasi Strategi *Fundraising* dana wakaf produktif yang diterapkan di kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan kepercayaan wakif.
2. Untuk mengetahui implementasi Strategi *Fundraising* dana wakaf produktif yang diterapkan di kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan kepercayaan wakif.
3. Untuk mengetahui evaluasi Strategi *Fundraising* dana wakaf produktif yang diterapkan di kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan kepercayaan wakif.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis, pada penelitian ini diharapkan dapat mampu mengembangkan ilmu pengetahuan serta menambah keilmuan terkhusus dalam bidang manajemen dakwah. Serta penelitian ini diharapkan dapat membantu sumbangsih dalam dunia keilmuan terkait pentingnya upaya yang dilakukan Kementerian Agama Kota Tasikmalaya tentang *fundraising* dana wakaf produktif dalam meningkatkan kesadaran wakif. Sehingga mampu

digunakan sebagai salah satu referensi dan motivasi dalam keilmuan yang berkaitan dengan pengoptimalan *fundraising* dana wakaf produktif terkhusus dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mampu memperluas wawasan serta inspirasi dan motivasi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut tentang subjek maupun objek terhadap pengelolaan dana wakaf produktif.

2. Kegunaan praktis, diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan serta dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam menjalin hubungan berkehidupan, yang memberikan solusi dalam menggunakan wakaf produktif untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat. Tidak hanya itu, penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis dalam menambah pengetahuan dan wawasan yang berhubungan dengan upaya dan peran Kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dalam pengelolaan *fundraising* dana wakaf untuk kesejahteraan masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1. Landasan Teoretis

Manajemen strategi adalah sejumlah keputusan juga tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi perencanaan yang telah didesain agar mencapai suatu tujuan perusahaan atau organisasi. Michael A Hitt dan R. Duane Ireland dan Robert E.Hoslisson (1997) menyatakan bahwa manajemen strategi adalah proses untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi apa yang ingin mereka capai dan bagaimana seharusnya mereka mencapai hasil yang bernilai (Taufiqurokhman, 2016: 38-39). Strategi merupakan alat atau

cara untuk mencapai keunggulan bersaing, atau bisa disebut juga “Company’s game plan”. Strategi berasal dari kata Yunani *“strategeia”* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya adalah sebuah seni atau ilmu untuk menjadi jenderal. (Komarudin, dkk. 2022: 417-418).

Terdapat beberapa alasan utama mengenai kepentingan dan manfaat manajemen strategi bagi perusahaan atau organisasi, diantaranya sebagai berikut :

1) Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju,
2) Membantu perusahaan atau organisasi dalam beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi,
3) Membuat suatu perusahaan atau organisasi menjadi lebih aktif,
4) Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu perusahaan atau organisasi dalam lingkungan yang semakin beresiko,
5) Kegiatan pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan atau organisasi tersebut untuk mencegah munculnya masalah di masa mendatang,
6) Mengurangi aktivitas yang dirasa tumpang tindih,
7) Keengganan untuk berubah dari para karyawan lama dapat dikurangi,
8) Serta, keterlibatan karyawan dalam perubahan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya (Aditama, 2023: 5).

Di samping itu, strategi didasarkan pada analisis yang terintegrasi dan holistic. Yang artinya, setelah strategi disusun, semua unsur yang ada dalam organisasi sudah perspektif jangka panjang, strategi dirumuskan untuk

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

merealisasikan visi dan misi perusahaan yang korporasi atau diakui secara hukum perdata (Rahmat, 2014: 2). Maka, strategi harus mampu dalam menunjukkan taktik operasionalnya secara detail (Effendy, 2005: 32).

Sebuah organisasi tanpa adanya strategi umpamanya seperti kapal tanpa pengemudi yang bergerak berputar tanpa lingkaran. Contohnya seperti organisasi yang menjadi pengembara tanpa tujuan tertentu. Proses strategi menurut Fred R. David, terdiri dari 3 tahapan antara lain:

a. Perumusan Strategi

Tahap perumusan strategi merupakan tahap awal yang dilakukan sebelum tersusunnya sebuah strategi. Proses ini merupakan suatu proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi perusahaan atau organisasi, dengan menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan atau organisasi, serta merancang strategi untuk mencapai suatu tujuan dalam rangka menyediakan *customer value* yang terbaik (David, 2002: 3). Adapun Langkah untuk merumuskan strategi, yaitu:

1) Tahap input (masukan), atau tahap menentukan visi, misi dan tujuan jangka panjang serta budaya organisasi atau perusahaan,
2) Meringkas informasi sebagai masukan awal seperti analisis lingkungan dalam hal kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang,
3) Pencocokan proses yang berfokuskan pada strategi alternatif, dengan memadukan faktor-faktor eksternal dan faktor internal,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

4) Tahap keputusan yakni mengevaluasi strategi alternatif yang sebelumnya sudah diidentifikasi.

b. Implementasi Strategi

Tahap implementasi strategi adalah tahapan, dimana organisasi atau perusahan sudah terlebih dahulu melakukan tahapan awal yaitu perumusan strategi. Pada proses ini, merupakan proses dimana beberapa strategi dan kebijakan diubah menjadi suatu tindakan melalui pengembangan prosedur, program serta anggaran. Implementasi sering dikatakan sebagai tahap tindakan, dikarenakan implementasi berarti mobilisasi manusia yang ada dalam sebuah lembaga atau organisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi tindakan.

Namun, pada hakikatnya yang sering biasa terjadi adalah antara perumusan dan implementasi sering kali tidak sesuai dengan perencanaannya. Perumusan strategi dan implementasi strategi harus dilihat seperti dua sisi mata uang. Oleh karena itu, tahap ini merupakan tahapan yang paling sulit karena memerlukan kedisiplinan, komitmen serta pengorbanan. Adapun langkah-langkah implementasi strategi, yakni sebagai berikut:

1) Menentukan kerangka strategi dengan menetapkan visi, misi, nilai-nilai organisasi dan tujuan jangka panjang serta jangka pendek,
2) Membangun rencana taktis dengan detail, contohnya seperti menyusun tindakan spesifik dan menetapkan batas waktu yang realistis pada setiap tindakan,

3) Menentukan indikator kinerja utama dengan memilih indikator yang relevan dalam mengukur kemajuan dan keberhasilan,
4) Mengatur dan menetapkan jadwal dan tenggat waktu pelaksanaan,
5) Membuat sistem pelaporan yang efektif dengan memantau perkembangan implementasi melalui laporan berkala,
6) Melakukan komunikasi strategi secara terus menerus dengan tujuan strategis agar seluruh tim termotivasi dan terarah,
7) Menyediakan sumber dana, tenaga kerja, dan sumber daya lain dengan tujuan untuk menjalankan strategi melalui alokasi daya yang diperlukan,
8) Menetapkan tugas dan tanggung jawab atas pelaksanaan strategi pada setiap bagian agar terjaganya akuntabilitas organisasi, serta melakukan evaluasi dan pengendalian melalui monitoring untuk memastikan strategi berjalan sesuai tujuan yang direncanakan.

c. Evaluasi strategi

Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam strategi. Tahap ini merupakan tahap dimana aktivitas dimulai dari perumusan serta implementasi yang dilakukan melalui proses peninjauan, koreksi dan perbaikan pada keputusan atau tindakan yang selama dilakukan proses tersebut terdapat kekeliruan atau kesalahan. Ada tiga macam aktivitas mendasar untuk mengevaluasi strategi adalah:

1) Meninjau faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar strategi,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

2) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan),
3) Mengambil tindakan korektif tidak harus berarti bahwa strategi yang sudah ada akan ditinggalkan atau bahkan strategi harus dirumuskan (David, 2002: 5).

Fundraising dalam bahasa inggris diartikan dengan penghimpunan atau penggalangan dana, sedangkan *fundraiser* adalah sebutan untuk orang yang mengumpulkan dana (Peter Salim, 2000: 607). *Fundraising* juga diartikan sebagai kerangka konsep mengenai suatu kegiatan pada rangka penggalangan dana dan daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan dan pemerintah maupun badan hukum lainnya, yang akan digunakan untuk membiayai program-program kegiatan operasional lembaga sehingga dapat mencapai tujuan tersebut. *Fundraising* tidak hanya dipahami pada konteks mengumpulkan dana saja, akan tetapi sebagaimana makna bahasanya, hal ini akan dapat dimengerti karena bentuk dari kedermawanan serta kepedulian masyarakat yang tidak harus dalam bentuk dana saja, sehingga sangat dimungkinkan *fundraising* berupa sumber-sumber daya selain dana segar (Huda, 2012: 27).

Menurut Rozalinda, (2015: 137) kegiatan *fundraising* berasal dari kata *fund* dan *rise.* Dimana kata *fund* berarti pendanaan sedangkan kata *rise* berarti meningkatkan, sehingga proses *fundraising* ini artinya meningkatkan pendanaan. Pada proses *fundraising* sangatlah berkaitan dengan kemampuan seseorang, organisasi ataupun badan hukum untuk mempengaruhi orang lain

sehingga memunculkan rasa keinginan dan kesadaran serta motivasi untuk melakukan amal kebajikan dengan cara menyerahkan hartanya (Furqon, 2010: 65-66).

Aktivitas *fundraising* menjadi suatu keniscayaan bagi pengelolaan wakaf. Aktivitas *fundraising* menurut Suparman, (2009: 54) dapat diartikan sebagai serangkaian-serangkaian kegiatan dalam rangka penggalangan dana dan daya lainnya dari masyarakat yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga dalam mencapai tujuannya serta untuk mengembangkan usaha-usaha sosial lainnya. Sehingga tujuan dari kegiatan *fundraising* wakaf diharapkan dapat mampu meningkatkan literasi masyarakat terkait wakaf uang serta membantu dalam merealisasikan target dari potensi wakaf yang ada di Indonesia.

Ruang lingkup *fundraising* tentu sangatlah luas. Oleh karena itu, substansi mengenai *fundraising* ini berpengaruh bagi eksistensi juga pertumbuhan organisasi atau lembaga tersebut. Disamping itu, substansi dari *fundraising* diantaranya sebagai berikut:

a. Motivasi donator

   Merupakan serangkaian nilai-nilai, keyakinan serta alasan-alasan yang mendorong donatur untuk mendonasikan hartanya. Maka dengan demikian, lembaga penyelenggara harus melakukan sosialisasi, edukasi, promosi dan mentransfer informasi terus menerus sehingga terciptalah kesadaran dan kebutuhan donatur untuk mendonasikan hartanya sesuai dengan tuntunan agama Islam.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

b. Program

Program yang akan dicanangkan tentu harus direncanakan secara matang dan semenarik mungkin supaya bermanfaat bagi kesejahteraan umat. Sehingga program ini akan menarik ataupun mendorong calon donatur agar mendonasikan sebagian hartanya.

c. Metode

Metode dalam substansi *fundraising* sangatlah berkaitan dengan tindakan seseorang atau lembaga amal yang khas untuk menghimpun dana dari masyarakat. Dengan begitu, seseorang atau lembaga amal harus terus melakukan perbaikan dalam hal mengedukasi, promosi, sosialisasi serta mentransferkan informasi kepada masyarakat agar muncul rasa keinginan melakukan amal kebajikan melalui penyisihan sebagian hartanya (Huda, 2013: 35).

Strategi *fundraising* dapat dilakukan melalui cara yang langsung (*direct*) maupun secara tidak langsung (*indirect*). Berikut merupakan penjelasan tentang dua macam strategi *fundraising*, antara lain:

a. Metode *fundraising* langsung (*direct*)

Metode ini merupakan metode yang melibatkan partisipasi wakif secara langsung di dalam teknik-teknik penghimpunannya. Metode ini seketika akan dapat menerima respons dari wakif, karena muncul dari proses interaksi dan daya akomodasi langsung yang dilakukan. Berikut adalah beberapa contoh metode *fundraising direct*, antara lain:

1) *Direct mail*,
2) Transfer via rekening bank,
3) *Telefundraising*,
4) Debet langsung setiap bulan,
5) Presentasi langsung,
6) Gerai,
7) *Direct advertising* (iklan langsung),
8) Bayar langsung,
9) Jemput bola ,
10) Kotak khusus untuk dana sosial.

b. Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect*)

Sedangkan metode ini merupakan kebalikan dari metode *fundraising* secara langsung, yaitu dengan tidak memberikan akomodasi langsung pada respons wakif dalam teknik-teknik penghimpunan yang dilakukan, seperti contoh metode *fundraising indirect* yaitu menjalin relasi, image campaign, penyelenggaraan event melalui referensi, mediasi para tokoh melalui perantara, barang cetakan seperti brosur, pamphlet, poster atau majalah, iklan, aksesoris, sponsorship dan advertorial (Huda M, 2013: 35).

Terdapat tujuan *fundraising*, yang merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh seseorang ataupun sebuah lembaga didalam menjalankan kegiatan *fundraising* (penghimpunan). Adapun tujuan *fundraising* menurut (Sudirman, 1997: 70) yaitu:

1) Mendapatkan dana,
2) Memperbanyak donatur,
3) Meningkatkan atau membangun citra lembaga
4) Menghimpun relasi dan pendukung,
5) Meningkatkan kepuasan donatur,

Kata "*wakaf*" atau "*waqf*" adalah kata yang berasal dari bahasa Arab, yaitu "*Waqafa-Yuqifu-Waqfan*" artinya sama dengan "*Habasa-Yahbisu-Tahbisan*" yang berarti menahan, berhenti, tetap berdiri atau diam ditempat (Wahbah Zuhaili, 2008: 151). Oleh sebab itu, maksud dari pada menahan atau menghentikan disini yaitu berkenaan dengan pandangan hukum Islam mengenai harta, yang sering juga disebut *habs* atau ibadah wakaf. Khusus istilah *habs* atau *ahbas* disini, biasanya dipergunakan oleh para kalangan masyarakat di negara Afrika Utara yang bermazhabkan Imam Maliki (Ali, 1988: 80).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Adapun pengertian wakaf menurut istilah, yakni menurut pendapat Abu Hanifah yang merupakan ahli fiqih, bahwasannya wakaf menurut pandangan hukum Islam adalah menahan suatu benda yang tetap menjadi milik wakif dalam rangka mempergunakan manfaatnya yang bertujuan untuk suatu kebajikan. Berdasarkan definisi tersebut maka kepemilikan harta wakaf tidak lepas dari wakif. Oleh karena itu, dalam hal ini madzhab Hanafi mendefinisikan bahwa wakaf itu *"Tidak melakukan suatu tindakan atas suatu benda yang berstatus tetap sebagai hak milik, dengan menyedekahkan*

manfaatnya kepada suatu pihak kebajikan (sosial), baik sekarang maupun yang akan datang" (Zuhaili, 2008: 151).

Trust (kepercayaan) didefinisikan sebagai "keadaan psikologis yang menyusun niat (*intention*) untuk menerima kerentanan (*vulnerability*) berdasarkan niat atau perilaku orang lain. Kepercayaan adalah kunci bagi hubungan yang sukses, dengan mengurangi ketidakpastian dan risiko. Maka, dalam dunia usaha sebuah kepuasan konsumen saja tidak cukup untuk menjamin komitmen pada satu *provider* dalam jangka panjang (Morgan dan Hunt, 1994: 23).

Menurut Pavlov dalam Donni Juni, kepercayaan merupakan penilaian yang ada pada hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan kegiatan transaksi tertentu, sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian (Pavlov, 2002 dalam Priansa: 2017: 116). Disamping itu, menurut Maharani terdapat empat indikator di dalam variabel kepercayaan, yaitu:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Pertama, Kehandalan yang merupakan konsistensi dari serangkaian pengukuran. Maksud kehandalan disini untuk mengukur kekonsistenan organisasi atau lembaga dalam melakukan usahanya dari dulu sampai sekarang,

Kedua*,* Kejujuran dimana perusahaan/pemasar menawarkan produk-produk seperti barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan suatu perusahaan/lembaga kepada konsumennya,

Ketiga*,* Kepedulian yakni kepedulian perusahaan/Lembaga yang selalu melayani dengan baik terhadap konsumennya, dengan selalu menerima

keluhan-keluhan yang dikeluhkan para konsumennya serta selalu menjadikan para konsumen sebagai prioritas,

Keempat, Kredibilitas yang merupakan kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan/lembaga untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya (Caniago, 2022: 219).

Disamping itu, Priansa mengatakan bahwa kepercayaan juga dilatarbelakangi dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan, diantaranya yaitu:

a. Integritas (*integrity*)

   Integritas berarti komplit, komplit maksudnya adalah antara yang dikatakan dan dilakukan perusahaan/lembaga yang membuat konsumen (wakif) menjadi percaya.

b. Reliabilitas (*reliability)*

   Dalam melakukan usahanya dari dulu sampai sekarang reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur kekonsistenan perusahaan/lembaga.

c. Kontak pegawai (*contact personnel*)

   Orang yang menghubungkan perusahaan dan konsumen merupakan kontak pegawai. Contact personel dalam menyampaikan jasa, dalam hal seperti resepsionis, operator telepon, sekretaris dan lain-lain dinilai berdasarkan efektivitas individu.

d. Lingkungan fisik (*physical environment*)

   Dapat diartikan sebagai kondisi dan suatu keadaan sekitar dimana seseorang tersebut berada (Priansa 2017: 121).

Adapun Dalil yang dijadikan sandaran atau dasar hukum wakaf dalam agama Islam, Allah *Ta'ala* berfirman didalam Al-Qur'an surat Al-Hadid ayat 7:

Yang artinya:

> *"Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman diantara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar".* (Kementerian Agama RI, 2019: 795)

Dalam fiqih Islam ada 4 (empat) rukun atau unsur wakaf, diantaranya adalah:

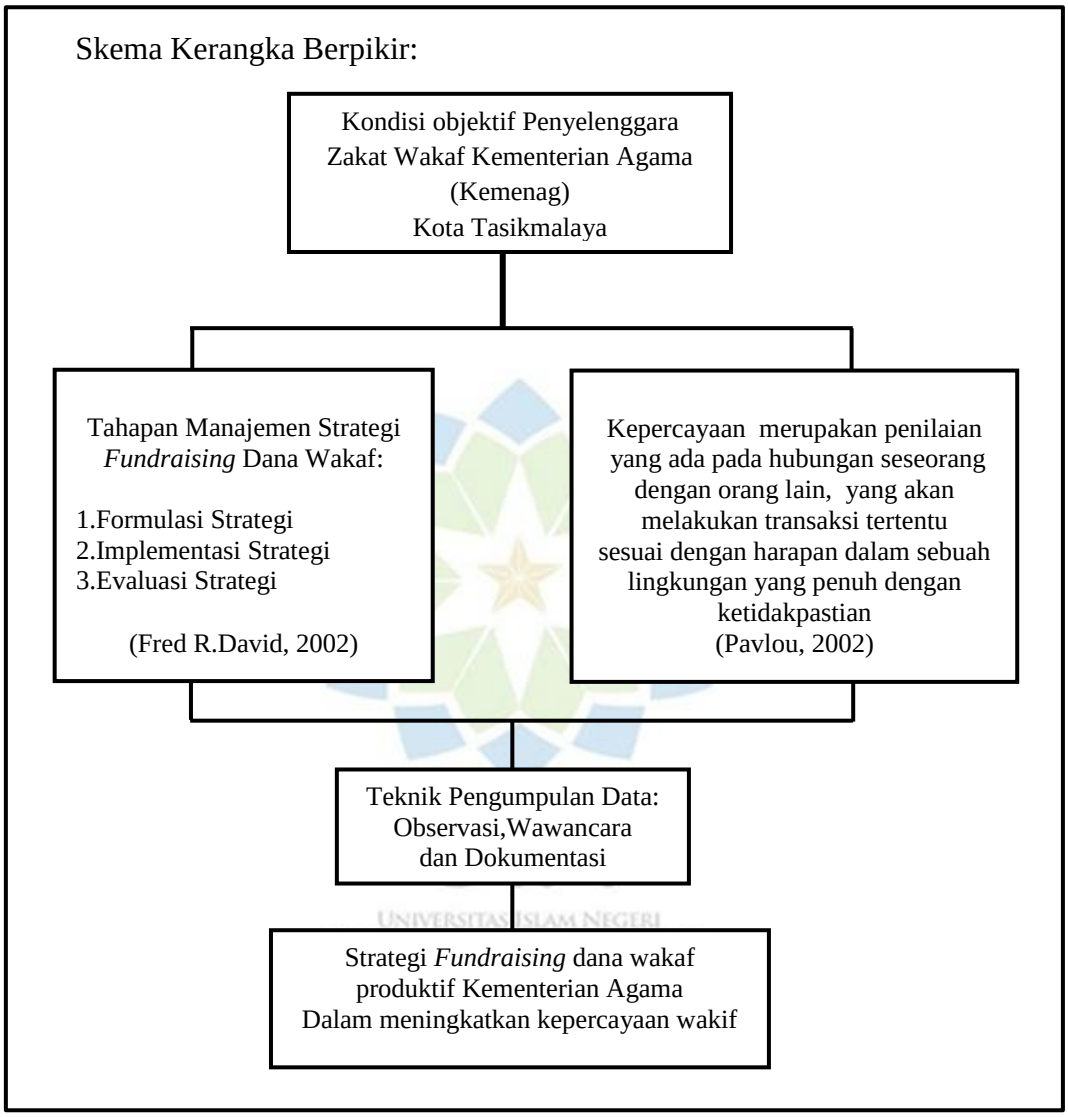
1. Orang yang berwakaf *(Waqif)*
2. Benda yang diwakafkan *(Mauquf)*
3. Penerima Wakaf *(Nadzir)*
4. Lafaz atau pernyataan penyerahan wakaf (Kamariah, 2021: 52-68).

Wakaf produktif merupakan wakaf yang pokok barangnya digunakan untuk kegiatan produksi yang hasilnya diberikan sesuai dengan tujuan wakaf. Menurut Mundzir Qahaf, wakaf produktif adalah harta benda atau pokok tetap yang diwakafkan untuk dipergunakan dalam kegiatan produksi dan hasilnya disalurkan sesuai dengan tujuan wakaf. Keuntungan yang didapat dari wakaf produktif ini diharapkan dapat mendukung dan membiayai fungsi pelayan sosial wakaf pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat. Benda wakaf tidak bisa dimiliki secara pribadi atau perorangan tetapi benda wakaf merupakan milik Allah Ta'ala (Qahaf, 2005: 199).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

2. Kerangka Konseptual

Tabel 1. 1 Skema Kerangka Konseptual



Sumber : Observasi penulis, 2025.

Kerangka konseptual ini menyajikan tentang *fundraising* dana wakaf produktif yang dikelola oleh penyelenggara zakat dan wakaf Kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya. Kerangka ini memberikan gambaran tentang berbagai strategi yang menggunakan tahapan-tahapan manajemen strategi menurut Fred

R.David (2002) yaitu formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi yang diterapkan pada *fundraising* dana wakaf produktif. Ketiga tahapan ini menjadi langkah penting didalam memastikan keberhasilan kegiatan *fundraising* dana wakaf yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan wakif dalam memberikan harta wakafnya. Oleh karena itu, konsep ini penting dalam meningkatkan pemberdayaan umat melalui bidang pendidikan, kesehatan dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), serta menggarisbawahi pentingnya formulasi, implementasi serta evaluasi strategi yang digunakan oleh Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dalam mengelola dana wakaf produktif agar tujuan tercapai secara efektif dan efisien.

Disamping itu, selain dari pada manajemen strategi pada kerangka ini menekankan pentingnya elemen kepercayaan dalam konteks wakaf ataupun *fundraising* dana wakaf produktif itu sendiri. Kepercayaan merupakan penilaian seseorang terhadap pihak lain dalam melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan di tengah lingkungan ketidakpastian (Pavlou, 2002). Konteks kepercayaan disini adalah kepercayaan wakif terhadap pengelola wakaf yang dinilai krusial, karena menjadi dasar motivasi dalam menyalurkan hartanya untuk kepentingan umat. Ketika strategi *fundraising* dilakukan dengan cara yang transparan dan akuntabel, tentunya akan berdampak pada peningkatan kepercayaan wakif terhadap pengelola (Kemenag Kota Tasikmalaya).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, dimana ketiga teknik ini memiliki tujuan yakni memperoleh data yang komprehensif mengenai persepsi maupun

pelaksanaan *fundraising* dana wakaf produktif dan tingkat kepercayaan para wakif.

Maka dari itu kerangka konseptual ini memberikan gambaran yang jelas mengenai langkah-langkah strategis yang perlu diambil dalam meningkatkan efektivitas *fundraising* dana wakaf produktif dan tujuan hasil akhir yang ingin dicapai dari proses ini adalah meningkatnya kepercayaan para wakif agar berkenan mewakafkan hartanya dalam mendukung kesejahteraan umat terkhusus di Kota Tasikmalaya dalam bidang pendidikan, kesehatan, pelayanan sosial dan pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Dengan mengikuti tahapan yang telah ditetapkan dan menggunakan teknik pengumpulan data yang tepat, diharapkan meningkatnya kepercayaan wakif melalui program-program pengelolaan wakaf di Kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dapat berjalan secara berkelanjutan dan memberikan dampak yang optimal dan signifikan bagi kesejahteraan masyarakat terkhusus di Kota Tasikmalaya.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian yang dilaksanakan, mencakup karakteristik tertentu. Lokasi penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian serta memberikan konteks bagi studi yang dilakukan (Sugiono, 2018: 55). Penelitian ini dilakukan di Kantor Kementerian Agama (Kemenag) Kota Tasikmalaya Jl. Ahmad Yani No.75, Lengkongsari, Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya. Kemenag Kota Tasikmalaya adalah salah satu instrumen keuangan syariah yang memiliki

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

potensi besar dalam membantu perkembangan ekonomi umat. Kota Tasikmalaya diresmikan sebagai Kota wakaf oleh Kementerian Agama Republik Indonesia dengan alasan memenuhi kriteria Kota wakaf. Atas dasar pertimbangan dan pelaksanaan program pengelolaan *fundraising* dana wakaf produktif dalam upaya mensejahterakan masyarakat. Sehingga ada ketertarikan untuk meneliti seperti apa upaya dan strategi yang dilakukan Kementerian Agama dalam meningkatkan kepercayaan wakif agar berwakaf sesuai dengan syariah. Maka penentuan dipilihnya lokasi ini didasarkan atas pertimbangan bahwa lokasi ini cukup mampu memberikan berbagai data yang dibutuhkan dalam kepentingan penelitian.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretif, dimana memungkinkan penulis mendalami pengalaman subjektif serta makna yang dibangun oleh individu dalam konteks sosial dan budaya. Paradigma menurut (Putra, 2012: 89) mendefinisikan paradigma sebagai seperangkat konsep yang berhubungan satu sama lain secara logis serta membentuk sebuah kerangka pemikiran yang berfungsi untuk memahami, menafsirkan dan menjelaskan kenyataan ataupun masalah yang dialami. Artinya dengan penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengembangkan pemahaman serta menjelaskan fenomena yang kompleks dan memberikan wawasan yang mendalam dibalik peristiwa, bagaimana manusia meletakkan makna pada peristiwa yang sudah terjadi.

Moleong (2007: 3) menyatakan “penelitian menggunakan metodologi kualitatif yang berupa prosedur penelitian agar menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis maupun secara lisan dari perilaku dan orang-orang yang diamati”. Pendekatan dapat diartikan sebagai langkah awal dari pembentukan suatu ide dalam memandang suatu masalah objek kajian yang akan ditangani (Sanjaya, 2008: 127). Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus (*case study research*) yang bersifat deskriptif, yang mana fokus riset ini menjelaskan dan memberikan pemahaman terkait fenomena strategi Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan kepercayaan wakif.

Studi kasus bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena secara holistik mengenai konteks kehidupan nyata, sehingga dapat memberikan suatu gambaran secara detail dan intensif mengenai proses, makna serta dinamika yang terjadi pada subjek penelitian. Dengan mempelajari fenomena pada studi kasus di Kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya, memberikan hasil penelitian berbentuk rangkaian kata dan bahasa sesuai dengan konteks khusus alamiah dari temuan yang berasal dari wawancara, pengamatan, dokumen atau arsip.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode studi kasus yakni penelitian yang mendalam terhadap suatu kasus atau fenomena tertentu, karena memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi secara mendalam

dan komprehensif terhadap bagian peneliti. Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah agar mendapatkan data dengan tujuan serta kegunaan tertentu yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis (Sugiyono, 2013: 3). Salah satu keunggulan studi kasus yakni dapat memberikan kesempatan didalam memperoleh wawasan-wawasan mengenai berbagai konsep perilaku manusia, melalui penyelidikan intensif, serta peneliti dapat menemukan macam-macam karakteristik dan hubungan yang mungkin tidak diduga/diharapkan sebelumnya (Burhan Bungin, 2003: 23). Menurut Yin (2008:29), menjelaskan salah satu model desain studi kasus yaitu studi kasus deskriptif, eksplorasi deskriptif ini, dibutuhkan kehadiran investigator agar mendeskripsikan teori yang menetapkan kerangka kerja secara menyeluruh di dalam melakukan pengkajian mengenai gagasan-gagasan penelitian, dan peneliti pun diharuskan untuk mampu dalam menentukan sebuah awal penelitian terhadap bagian apa yang dianalisis pada penelitian tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Maka penelitian ini dilakukan melalui studi kasus tertentu untuk mendeskripsikan, menjelaskan serta mengambil data informasi mengenai manajemen strategi *fundraising* (penghimpunan) dana wakaf produktif di Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan kepercayaan wakif di dalam menyalurkan hartanya, melalui observasi wawancara yang mendalam, studi dokumentasi terhadap objek penelitian, serta kemudian menganalisis data yang telah diperoleh dan dikumpulkan. Metode tersebut, tentunya bisa mengantarkan peneliti dalam memperoleh informasi dan data

dengan akurat dan lengkap berdasarkan hasil pendataan dan pengolahan data secara sistematis.

4. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif, yang merupakan data dalam bentuk deskriptif (kata-kata) tidak dalam bentuk angka maupun bilangan (Muhadjir, 1996: 2). Adapun jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah pertama data mengenai formulasi strategi yang diperoleh melalui wawancara dengan pihak terkait, dokumen perencanaan strategis *fundraising*, serta kebijakan internal yang mendukung proses perumusan strategi.

Kedua, data yang berkaitan dengan strategi implementasi yang dikumpulkan dari hasil wawancara, laporan pelaksanaan program, serta dokumentasi aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan dana wakaf produktif. Ketiga, data mengenai strategi evaluasi *fundraising*, yang diperoleh melalui wawancara, laporan hasil evaluasi program, serta dokumen terkait penilaian efektivitas dan dampak strategi terhadap peningkatan kepercayaan wakif. Penelitian ini menggunakan data kualitatif agar peneliti dapat memahami secara mendalam proses, pengalaman, dan persepsi pihak terkait dalam pelaksanaan manajemen strategi *fundraising* dana wakaf produktif di Kemenag Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan kepercayaan wakif.

5. Sumber Data

Sumber Data yang dicari berupa gambaran umum dari segi strategi *fundraising* (penghimpunan) dana wakaf produktif yang diterapkan oleh

pihak Kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya. Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu:

a. Sumber Data Primer

Merupakan data yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya dengan metode wawancara langsung dari individu maupun kelompok atau bahkan hasil observasi suatu objek atau kejadian yang telah terjadi. Menurut (Sugiyono, 2013: 225), sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun yang menjadi sumber utamanya pada penelitian ini adalah Seksi Penyelenggara Zakat dan Wakaf Kementerian Agama Kota Tasikmalaya, dimana yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan Ketua Seksi (KASI) bidang Zakat dan Wakaf serta staf pengurus Wakaf Kementerian Agama Kota Tasikmalaya sebagai informan mengenai manajemen strategi *fundraising* dana wakaf produktif Kementerian Agama Kota Tasikmalaya dalam meningkatkan kepercayaan wakif.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

b. Sumber Data Sekunder

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara yang berupa arsip dokumen buku majalah baik yang terpublikasi maupun tidak. Sumber yang menjadi rujukan dalam penelitian ini yaitu data sekunder dari dokumen-dokumen yang didapat dari web resmi maupun yang dimuat di media atau berita online yang ada kaitannya dengan penelitian yang sedang dilakukan.

6. Penentuan Informan dan Unit Analisis

a. Informan

Menurut (Moleong, 2006: 132), informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Dalam memilih informan, pengamat diharuskan menentukan informan yang memiliki peran penting dalam penelitian ini, yaitu kepala seksi bidang zakat dan wakaf selanjutnya menentukan informan lain dari staf pengurus wakaf kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya untuk diwawancarai secara langsung guna memperoleh jawaban mengenai "Manajemen Strategi *Fundraising* Dana Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Kepercayaan Wakif" dengan tujuan untuk mendapatkan informasi data yang berguna dan penting. Dalam sebuah penelitian diperlukan adanya informan, dan pengamat harus mampu mengidentifikasi sasaran dan subjek sasaran yang tepat.

b. Unit Analisis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Sedangkan unit analisis menurut (Sugiyono, 2016: 298) unit analisis adalah satuan yang diteliti, bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial, misalnya seperti aktivitas individu atau sekelompok sebagai subjek penelitian. Unit analisis penelitian ini adalah Ketua Seksi (KASI) Zakat Wakaf Kementerian Agama Kota Tasikmalaya.

7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini merupakan langkah penting dalam proses pengumpulan data agar peneliti mendapatkan data sesuai yang

diharapkan. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini terdapat 3 macam, diantaranya sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi merupakan metode pengamatan dan pencatatan terhadap gejala-gejala yang diteliti. Metode observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (Sadiah, 2015: 87). Sesuai dengan teori ini, maka peneliti melakukan penelitian atau pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian untuk memahami proses yang berlangsung secara alami dengan melihat komponen-komponen yang ada di kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya, terkait dengan jalannya kegiatan pelayanan tetapi tidak terlibat langsung dalam kegiatan yang dilakukan di Kantor Kementerian Agama Kota Tasikmalaya.

b. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban yang responden berikan dicatat atau direkam dengan alat bantuan perekam. Oleh karena itu peneliti akan membutuhkan lebih dari satu kali pertemuan dalam wawancara ini, selain untuk memperdalam informasi, hal ini dapat dijadikan momentum untuk membangun *chemistry* (Narbuko dan Achmadi, 2012: 50). Peneliti melakukan wawancara mendalam yang dilakukan langsung kepada informan kunci yakni ketua seksi penyelenggara zakat wakaf, staf pengelola, serta kepada pihak terkait lainnya demi memperoleh informasi langsung mengenai strategi

fundraising dana wakaf produktif. Wawancara ini dilakukan di objek penelitian Kantor Kementerian Agama (Kemenag) Kota Tasikmalaya, dengan melakukan metode wawancara secara langsung (secara tatap muka).

c. Dokumentasi

Dalam buku *Metode Penelitian Dakwah* (Sadiah, 2015: 91) menyatakan bahwa proses pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen resmi berupa buku, catatan, arsip, surat- surat, majalah, laporan program, surat kabar, jurnal, laporan penelitian dan lain-lain. Metode dari teori diatas digunakan untuk mengumpulkan data baik secara tekstual maupun visual untuk dijadikan acuan menjawab fokus penelitian, sehingga informasi tersebut dapat membantu dalam pengumpulan data penelitian yang berkaitan di Kementerian Agama (Kemenag) Kota Tasikmalaya.

8. Teknik Analisis Data

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Menurut Dewi Sadiah, teknik pengolahan data yang sudah terkumpul dari hasil teknik pengumpulan data baik dari hasil wawancara, observasi, angket dan dokumentasi serta literatur pustaka, kemudian disusun secara jelas (Sadiah, 2015: 91). Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari sumber data melalui proses pengumpulan data, masih merupakan data mentah, kemudian supaya data tersebut dapat menyajikan informasi yang diharapkan maka data tersebut harus diolah dan diinterpretasikan dengan teori-teori yang relevan.

Dalam upaya penghimpunan data dikutip dari sumber data primer dan data sekunder, ***pertama*** terkait data primer yang didapat di Kantor Kementerian Agama (Kemenag) Kota Tasikmalaya terlebih dahulu melakukan wawancara dengan subjek yang diteliti, selanjutnya mendokumentasikan kegiatan yang berkaitan dengan subjek dan objek penelitian yang diamati secara komprehensif dan juga terstruktur, kemudian data yang diperoleh harus dianalisis secara aktual dan cermat. ***Kedua*** terkait data sekunder, berasal dari karya-karya ilmiah yang berkaitan dengan kasus yang sedang diteliti, seperti tesis, buku, dan jurnal. Disamping itu juga, berasal dari jawaban hasil wawancara, observasi komprehensif dan hasil analisis dokumen yang telah diamati oleh pengamat untuk mengumpulkan semua data.

Adapun analisis data secara kualitatif menurut Miles dan Michael 1984: 21-23 dalam Sadiah 2005) memiliki langkah-langkah berdasarkan uraian penjelasannya sebagai berikut:

a. Reduksi Data

   Dalam proses reduksi (rangkuman) data, dilakukan pencatatan di lapangan kemudian menyaring/merangkum data yang telah terkumpul dan mencari hal-hal penting yang dapat mengungkap tema permasalahan utama yang relevan dengan fokus tujuan penelitian. Pada proses reduksi data, ketika di lapangan peneliti akan melakukan berupa pencatatan serta merangkum data-data penting yang dapat mengupas topik permasalahan dari aspek perencanaan, implementasi dan juga

evaluasi. Hasil data yang diperoleh dilapangan dapat ditulis atau diketik dalam bentuk uraian atau laporan secara terperinci, atau catatan yang sudah diperoleh dilapangan dapat dideskripsikan serta hasil konstruksinya disusun dalam bentuk refleksi (Sadiah, 2015: 93).

b. *Display* (kategorisasi)

Display data artinya mengkategorisasikan data kedalam satuan-satuan analisis berdasarkan fokus dan aspek permasalahan yang diteliti, atau data yang bertumpuk-tumpuk, laporan lapangan yang tebal, dengan sendirinya akan sukar melihat pada gambaran keseluruhan untuk mengambil kesimpulan yang tepat (Sadiah, 2015: 93). Untuk hal-hal tersebut, peneliti akan memilah pada satuan-satuan analisis sesuai dengan fokus dan aspek permasalahan yang diteliti, yaitu aspek perencanaan, implementasi dan aspek evaluasi, agar memudahkan dalam penarikan kesimpulan.

c. Tafsir Data

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Menurut Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1992:20), tafsir data merupakan proses penafsiran dengan memahami makna secara mendalam dari data yang telah terkumpul, baik berupa ucapan atu pernyataan informan, temuan lapangan, maupun dokumen, dengan mencocokkannya pada konteks dan kerangka teori yang digunakan peneliti. Pada proses penafsiran, dilakukan secara sistematis agar mampu mengungkap nilai, makna, serta pola-pola yang relevan dari

data lapangan guna mendukung temuan penelitian (Miles, dkk, 1992: 20).

d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah yang terakhir dari analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi (dibuktikan) dari data hasil temuan yang sudah dikumpulkan setelah melewati tahap dari reduksi data (rangkuman), serta *display* data (kategorisasi). Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah sebagian dari satu kegiatan konfigurasi yang utuh (Sadiah, 2015: 94).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG