

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Wakaf merupakan salah satu ajaran yang sangat diperhatikan dalam Islam dan memiliki nilai sosial ekonomi untuk kesejahteraan masyarakat. Prinsip kepemilikan harta dalam Islam menyatakan bahwa harta tidak dibenarkan dikuasai oleh sekelompok orang. Seiring perkembangan waktu wakaf sudah berupa uang serta wakaf produktif. Pada dasarnya wakaf merupakan tindakan sukarela *tabarru'* untuk mendermasakan sebagian kekayaan karena salah satu sifat harta benda yang diwakafkan bernilai kekal maka wakaf menjadi bernilai *jariyah*. Wakaf merupakan ibadah dalam Islam yang memiliki dua dimensi yaitu dimensi *ubudiyah* dan dimensi *ijtimaiyah*. Dimensi *ubudiyah* wakaf adalah sebagai sarana ibadah mendekatkan diri kepada Allah ta'ala, sementara *ijtimaiyah* adalah sebagai bentuk tanggung jawab dan kepedulian sosial terhadap orang lain baik secara individu maupun masyarakat.

Pada hakikatnya harta merupakan sebuah titipan, maka tidak dapat memilikinya secara mutlak sehingga dalam pandangan tentang harta terdapat hak-hak orang lain yang harus dimanfaatkan hartanya di jalan Allah SWT. Wakaf telah disyariatkan dan telah dipraktekkan oleh umat Islam seluruh dunia sejak zaman Nabi Muhammad SAW sampai sekarang termasuk oleh masyarakat Islam di negara Indonesia. Wakaf adalah menghentikan manfaat dari harta yang dimiliki secara sah oleh pemilik yang asal mulanya diperbolehkan seperti menjual mewariskan menghibahkan dan lain sebagainya. Metode atau pola *fundraising* (penghimpunan) yang dilakukan disetiap lembaga tentunya sangat berbeda dan memiliki strategi-strateginya tersendiri.

Di negara Indonesia, masih banyak pengelolaan serta penghimpunan dana wakaf yang belum optimal, sehingga perkembangan wakaf di beberapa daerah di Indonesia banyak yang masih

kurang, maka dari itu dilakukannya penelitian ini untuk menganalisis strategi apa yang digunakan dalam pengelolaan wakafnya itu sendiri, yang jika nanti sudah dapat ditemukan pola yang digunakan dan diterapkannya, ini menjadi inti yang nantinya bisa juga diterapkan di lembaga wakaf lainnya di Indonesia, yang bertujuan untuk memajukan perwakafan di negara Indonesia.

Pada umumnya masyarakat terutama masyarakat muslim Indonesia memiliki pemahaman bahwa wakaf bersifat tradisional baik dari segi rukun syarat dan maksud diadakannya wakaf itu sendiri seperti memahami penyaluran dari wakafnya itu sendiri salah satunya yakni memahami pentingnya dalam ibadah. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai esensi dari wakaf itu sendiri dan peranannya dalam pembangunan menjadikan kegiatan berwakaf sangatlah minim serta sangatlah rendah.

Adapun problematika dalam berwakaf yakni strategi yang belum optimal dan efektif yang berdampak pada produktifitas dari harta wakaf itu sendiri, problematika ini yang menjadikan sebuah dorongan atau motivasi bahwa lembaga wakaf itu membutuhkan strategi *fundraising* yang diterapkan dalam sebuah lembaga atau organisasi baik dalam hal perencanaan maupun pengawasan oleh pengelola lembaga dengan berbagai perspektif yang akan memunculkan orientasi wakaf berjalan dengan baik dan optimal sebagaimana mestinya.

Pengelolaan serta pengembangan harta benda wakaf dilakukan secara produktif antara lain dengan cara penghimpunan (*fundrising*) investasi penanaman modal produksi, kemitraan perdagangan dan masih banyak lagi. Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar dan memang mayoritas muslim merupakan potensi yang sangat besar untuk mengumpulkan wakaf serta menglolanya secara produktif.

Dalam sebuah lembaga yang mengatur serta mengelola dana wakaf, penghimpunan atau *fundraising* merupakan proses ataupun kegiatan yang sangat penting, salah satunya di Lembaga

Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung. Pengelolaan serta strategi penghimpunan dana wakaf di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung dalam aktivitasnya selalu berhubungan dengan dana, yang dimana ini menjadi salah satu syarat adanya penghimpunan dana wakaf. Aktivitas *fundraising* sangatlah berpengaruh besar terhadap lembaga tersebut, karena dari dana tersebut dapat meningkatkan kualitas produktivitas dari segi apapun, maka dari itu penelitian ini dilakukan karena ingin menganalisis serta mengetahui seperti apa strategi yang diterapkan oleh lembaga terkait, sehingga dapat menjadi lembaga yang sangat besar dan mampu menjadi lembaga yang sangat dipercaya hingga mencapai skala tingkat provinsi dalam proses penghimpunan dana (*fundraising*) wakaf.

Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung diresmikan sebagai lembaga yang masuk skala tingkat provinsi pada bulan Maret tahun 2019, lalu pada bulan Desember 2019 resmi disahkan oleh pemerintah dan terdaftar sebagai nadzhir wakaf uang, secara lembaga Al-hilal sudah terdaftar di Kemenkumham, Kementerian Sosial, dan Kementerian Agama. Hal ini dikukuhkan tim verifikator direktorat pemberdayaan Zakat & wakaf dari kementerian Agama RI yang mengunjungi kantor Yayasan Al-Hilal Kota Bandung yang pada akhirnya setelah menanti cukup lama, SK (Surat Kuasa) telah diserahkan Kementerian Agama RI secara langsung oleh Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam yaitu Bapak Muhammadiyah Amin pada Bapak Iwan Setiawan selaku ketua LAZ Al-Hilal Bandung, dibuktikan dengan SK Dirjen Bimas Islam Kementerian Agama RI Nomor 220 Tahun 2019.

Sebagai yayasan yang bergerak dibidang sosial kemasyarakatan dan keagamaan, Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal sangat ingin berkontribusi nyata dalam mengatasi berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung saat ini resmi ikut membantu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) untuk mengumpulkan, mendistribusikan,

mendayagunakan dana umat berupa zakat, infak, sedekah, wakaf serta dana sosial keagamaan lainnya yang sesuai dengan peruntukannya dan ketentuan syariat Islam serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam meningkatkan produktivitas wakaf, sebagai penghimpun dana wakaf harus selalu berusaha profesional serta selalu meningkatkan keahliannya dalam rangka melakukan berbagai macam inovasi yang bisa menunjang dalam keahliannya dalam menghimpun dana (*fundraising*) wakaf supaya potensi kelola wakaf selalu berkembang. *Fundraising* (Penghimpunan dana) sangat berfungsi dalam proses peningkatan produktivitas pengelolaan wakaf. Fungsi *Fundraising* tidak hanya ada pada konteks peningkatan penghimpunan sumber-sumber aset wakaf saja, tetapi juga sebagai upaya meningkatkan produktivitas aset-aset wakaf yang ada, yang dinilai belum optimal. Diharapkan dengan adanya *fundraising* ini, perkembangan kelembagaan pengelolaan wakaf di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung dapat memberikan kemanfaatan seluas-luasnya bagi masyarakat. Penjelasan ini menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan kepercayaan yang sangat lebih dalam pengelolaan wakaf oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan alasan bahwa ada kesesuaian kajian antara program studi manajemen dakwah dengan program yang ada di Lembaga Amil Zakat (LAZ) AL-Hilal Kota Bandung yakni dalam segi *Fundraising* dana wakaf produktif (Program wakaf pembangunan) yang dikelola oleh pengurus yang ada di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung.

Untuk meneliti hal tersebut, Penulis memfokuskan penelitian di LAZ Al-Hilal Kota Bandung, yang berada di Jl. Gegerkalong Hilir No.155A Kota Bandung, Penghimpunan dana yang dilakukan oleh LAZ Al-Hilal Kota Bandung ini, berpotensi sangat besar untuk naik ketinggian Internasional, sampai pada saat inipun Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal sudah menjadi

lembaga yang sangat dipercaya oleh masyarakat dalam menghimpun dana (*Fundraising*). Sejumlah prestasi yang sudah diraih serta kepercayaan masyarakat yang selalu meningkat dari tahun ke tahun, tidak menjadi suatu hal yang memberhentikan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal berhenti dalam mengembangkan lembaganya. Penulis ingin mengkaji lagi mengenai strategi yang diterapkan oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan studi penelitian yang berjudul **“Strategi *Fundraising* Dana Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Kepercayaan Wakif”**. Studi Deskriptif di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latarbelakang masalah di atas maka dalam penelitian ini dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Formulasi Strategi *Fundraising* wakaf produktif yang diterapkan di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung dalam meningkatkan kepercayaan wakif?
2. Bagaimana Implementasi *Fundraising* wakaf produktif di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung?
3. Bagaimana Evaluasi *fundraising* wakaf produktif di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung terhadap tingkat kepercayaan wakif?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan adalah:

1. Untuk mengetahui formulasi strategi *fundraising* wakaf produktif di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui implementasi *fundraising* wakaf produktif di Lembaga Amil Zakat (LAZ)

Al-Hilal Kota Bandung.

3. Untuk mengetahui evaluasi *fundraising* wakaf produktif di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung dalam meningkatkan kepercayaan wakif.



## **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam dunia akademik. Sehingga mampu digunakan sebagai referensi dalam keilmuan yang berkaitan dengan pengoptimalan dana wakaf terkhusus dalam peningkatan kesejahteraan umat. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi pihak-pihak yang akan meneliti lebih lanjut terhadap pengelolaan wakaf pembangunan.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Manfaat bagi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung**

Semoga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menjalin hubungan dalam berkehidupan yang menghadirkan solusi menciptakan kesejahteraan umat menggunakan wakaf produktif.

#### **b. Manfaat bagi peneliti**

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi penulis dalam menambah wawasan dan pengetahuan yang berhubungan erat dengan peran dan upaya Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung dalam pengelolaan wakaf pembangunan untuk kesejahteraan umat.

## **E. Landasan Pemikiran**

### **1. Penelitian Sebelumnya**

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dianggap memiliki kaitan dengan penelitian ini adalah:

#### **a. Skripsi yang telah disusun oleh Eka Humaidatul Khasanah (2019) yang berjudul “Strategi**

*Penghimpunan Dana (Fundraising) Wakaf Uang di KSPPS Tamzin Bina Utama*” Mahasiswa Ekonomi Islam di UIN Walisongo Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang berfokus pada strategi penghimpunan dana wakaf uang di KSPPS Tamzis dalam menarik wakif. Hasil yang disimpulkan dari penelitian ini bahwa *Bitul Maal* KSPPS Tamzis menerapkan konsep BMT inheren dalam penghimpunan dana (*Fundraising*) wakaf uang. BMT Inheren ini merupakan penyatuan pelayanan kegiatan tamwil (bisnis) dan maal (sosial). Sehingga dalam setiap karyawan berusaha menanamkan penguasaan pelayanan tamwil tanpa mengesampingkan pelayanan maal. Hal ini diterapkan agar tujuan profit dan benefit tercapai secara bersamaan.

- b. Skripsi yang telah disusun oleh Anggiani Syarifatul Maulidah (2020) yang berjudul “*Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Kepercayaan Wakif Pada Pondok Pesantren Darussalam Narunggul Tanjungpura*” Mahasiswa jurusan manajemen Dakwah di UIN Sunan Gunung Djati Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai strategi *Fundraising* yang terdiri dari formulasi, implementasi serta evaluasi strategi yang berada di pondok pesantren Darussalam narunggul dalam kepercayaan wakif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, strategi *Fundraising* yang diterapkan oleh pondok pesantren Darussalam Narunggul, terdapat 3 tahap strategi diantaranya terdiri dari formulasi strategi *Fundraising* dengan merumuskan visi misi dan menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan tantangan). Kesimpulannya bahwa banyak yang menunjang terlaksananya dan ada pula hal yang menghambat berjalan straregi *fundraising* dalam meningkatkan kepercayaan wakif pada pondok pesantren Darussalam Narunggul.



- c. Skripsi yang telah disusun Aip iansah yang berjudul “*Pemberdayaan Wakaf Produktif di Masjid Salman ITB*” Mahasiswa jurusan Hukum keluarga Fakultas Syariah dan Hukum. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan suatu satuan analisis secara utuh, sebagai satu kesatuan integritas. Penelitian ini berfokus pada strategi pemberdayaan wakaf yaitu cara untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam peningkatan nilai guna wakaf secara produktif. Dari pemberdayaan ini harus dapat menjawab pertanyaan mendasar mengenai sasaran serta tujuan pemberdayaan wakaf produktif.

## 2. Landasan Teoritis

Strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi jenderal. Menurut Jain setiap organisasi membutuhkan strategi manakala menghadapi situasi berikut:

- a. Sumber daya yang dimiliki terbatas
- b. Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi
- c. Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi.
- d. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu.
- e. Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif (Tjintono, 2008: 3).

Menurut Hamel dan Prahalad yang menyatakan bahwa “strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, Strategi selalu dimulai dari apa yang memang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang sedang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru serta perubahan pada pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan juga harus mampu mencari

kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan (Husein umar, 2010: 6).

Strategi sebenarnya didasarkan pada analisis yang terintegrasi dan *holistic*. Artinya, setelah strategi disusun, semua unsur yang ada dalam organisasi sudah perspektif jangka panjang, strategi dirumuskan untuk merealisasikan visi dan misi korporasi (Rahmat, 2014:2). Strategi harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya secara detail (Efendy, 2005: 32).

Sebuah organisasi tanpa adanya strategi umpamanya seperti kapal tanpa pengemudi, bergerak berputar tanpa lingkaran. Organisasi yang demikian seperti pengembara tanpa tujuan tertentu. Fred R. David (2002) mengatakan proses strategi terdiri dari 3 tahapan yaitu:

### 1. Perumusan Strategi

Proses ini merupakan proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *costumer value* terbaik (David, 2002: 3).

Adapun Langkah untuk merumuskan strategi, yaitu:

- a. Tahap input (masukan)
- b. Meringkas informasi sebagai masukan awal
- c. Pencocokan proses yang memfokuskan pada strategi alternative dengan memadukan faktor-faktor eksternal dan faktor internal
- d. Tahap keputusan yakni mengevaluasi strategi alternative yang sebelumnya sudah diidentifikasi.

### 2. Implementasi Strategi

Proses ini merupakan proses dimana beberapa strategi dan kebijakan diubah menjadi tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Implementasi sering

dikatakan tahap tindakan, karena implementasi berarti mobilisasi manusia yang ada dalam sebuah organisasi yang ada dalam sebuah organisasi atau lembaga untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi tindakan.

Tahap ini merupakan tahap yang paling sulit karena memerlukan kedisiplinan, komitmen dan pengorbanan. Perumusan strategi dan implementasi strategi harus dilihat seperti dua sisi mata uang.

### 3. Evaluasi strategi

Tahap akhir dalam strategi adalah evaluasi strategi. Ada tiga macam aktifitas mendasar untuk mengevaluasi strategi ialah:

- a. Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi.
- b. Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan).
- c. Mengambil tindakan korektif tidak harus berarti bahwa strategi yang sudah ada akan ditinggalkan atau bahkan strategi harus dirumuskan (David, 2002: 5).

Sebuah strategi harus disusun sesuai dengan tahapan-tahapan strategi, adapun tahapan-tahapannya yaitu: Pertama, tahap formulasi, pada tahapan mengembangkan visi dan misi organisasi, identifikasi peluang dan ancaman dari luar organisasi, serta menentukan jangka panjang dan menyusun strategi alternatif. Kedua, tahap implementasi, dalam tahapan ini kebutuhan suatu organisasi untuk membangun suatu tujuan tahunan, kebijakan jangka pendek, mengalokasikan sumber daya, dan memformulasikan strategi. Ketiga, tahap evaluasi yaitu tahapan untuk memperoleh informasi strategi (mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang ada pada suatu organisasi, lembaga maupun perusahaan untuk dasar strategi, serta mengukur kinerja dan mengambil tindakan koreksi) (Kadmasasmita, 2005: 4).

*Fundraising* dalam bahasa Inggris disebut penghimpunan atau penggalangan dana, sedangkan orang yang mengumpulkan dana disebut *fundraiser* (Peter Salim, 2000: 607). *Fundraising* diartikan sebagai kerangka konsep tentang suatu kegiatan dalam rangka penggalangan dana dan daya lainnya dari masyarakat yang akan digunakan untuk membiayai program kegiatan operasional lembaga sehingga mencapai tujuan. *Fundraising* tidak hanya dipahami dalam konteks mengumpulkan dana saja sebagaimana makna bahasanya, tetapi juga hal ini dapat dimengerti karena bentuk kedermawanan dan kepedulian masyarakat tidak harus dalam bentuk dana saja, sehingga sangat dimungkinkan *fundraising* berupa sumber-sumber daya selain dana segar (Huda, 2012 : 27).

*Fundraising* adalah suatu kegiatan penggalangan dana baik dari individu, organisasi, maupun badan hukum. Proses *fundraising* ini sangat berkaitan dengan kemampuan seseorang, organisasi ataupun badan hukum untuk mempengaruhi orang lain sehingga memunculkan kesadaran, keinginan dan motivasi untuk melakukan amal kebajikan dengan cara menyerahkan hartanya (Furqon, 2010: 65-66).

Aktivitas *Fundraising* menjadi suatu keniscayaan dalam pengelolaan wakaf. Aktivitas *fundraising* dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan dalam rangka penggalangan dana dan daya lainnya dari masyarakat yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga sehingga mencapai tujuan dan untuk mengembangkan usaha-usaha sosial (Suparman, 2009: 54).

Ruang lingkup *Fundraising* sangatlah luas. Substansi *Fundraising* berpengaruh bagi eksistensi dan pertumbuhan lembaga tersebut. Adapun Substansi *Fundraising* yaitu:

1. Motivasi donator

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

## 2. Program

Program yang akan dicanangkan harus direncanakan dengan matang dan semenarik mungkin serta sangat bermanfaat untuk kesejahteraan umat. Sehingga program ini akan menarik atau mendorong calon donator untuk mendonasikan sebagian hartanya.

## 3. Metode

Metode dalam substansi *fundraising* sangat berkaitan dengan tindakan khas seseorang atau lembaga amal untuk menghimpun dana dari masyarakat. Sehingga seseorang atau lembaga amal harus terus menerus melakukan perbaikan dalam hal mengedukasikan, mensosialisasikan, mempromosikan dan mentransferkan informasi kepada masyarakat agar ingin melakukan amal kebajikan melalui penyisihan sebagian hartanya (Huda, 2013: 35).

Strategi *fundraising* dapat dilakukan secara langsung (*direct*) atau secara tidak langsung (*indirect*). Berikut penjelasan dari dua macam strategi *fundraising*:

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

Metode ini merupakan metode yang melibatkan partisipasi wakif secara langsung dalam teknik-teknik penghimpunan. Metode ini seketika dapat menerima respons dari wakif karena proses interaksi dan daya akomodasi langsung dilakukan. Di bawah ini adalah contoh metodenya:

- 1) *Direct mail*
  - 2) *Telefundraising*
  - 3) Presentasi langsung
  - 4) *Direct advertising*
  - 5) Bayar langsung
  - 6) Jemput bola
  - 7) Kotak khusus untuk dana sosial
  - 8) Gerai
  - 9) Transfer via rekening bank
  - 10) Debet langsung setiap bulan
- b. Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect*)
- Metode ini merupakan kebalikan dari metode *fundraising* secara langsung yaitu dengan tidak memberikan akomodasi langsung pada respons wakif dalam teknik-teknik penghimpunan yang dilakukan, contoh metodenya yaitu:
- 1) Menjalin relasi
  - 2) *Image campaign*
  - 3) Penyelenggaraan event melalui referensi
  - 4) Mediasi para tokoh melalui perantara
  - 5) Barang cetakan seperti brosur, pamphlet, poster atau majalah.
  - 6) Iklan
  - 7) Aksesoris
  - 8) Sponsorship
  - 9) *Advertorial* (Huda, 2013: 35)

Tujuan *fundraising* merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh seseorang ataupun lembaga dalam menjalankan kegiatan penghimpunan. Adapun tujuan *fundraising* yaitu:

1. Mendapatkan dana
2. Memperbanyak donator
3. Meningkatkan atau membangun citr lembaga
4. Menghimpun relasi dan pendukung
5. Meningkatkan kepuasan donator (Sudirman, 1997: 70).

Kata “*wakaf*” atau “*waaf*” berasal dari bahasa Arab, *Waqafa* yang memiliki arti menahan atau berhenti atau diam ditempat atau tetap berdiri. Kata “*Waqafa-Yugifu-Wafqan*” sama rtinya dengan “*Habasa-Yahbisu-Tahbisan*” (Wahbah Zuhaili, 2008: 151). Namun maksud menahan atau menghentikan disini yaitu berkenaan dengan harta dalam pandangan hokum Islam, seiring disebut ibadah wakaf atau *habs*. Khusus istilah *habs* disini, atau *ahbas* biasanya dipergunakan kalangan masyarakat di Afrika Utara yang bermazhab Maliki (Ali, 1988: 80).

Adapun pengertian wakaf secara istilah, menurut ahli fiqih, yaitu Abu Hanifah, Wakaf adalah menahan suatu benda yang menurut hukum tetap milik wakif dalam rangka mempergunakan manfaatnya untuk kebajikan. Berdasarkan definisi itu maka pemilikan harta wakaf tidak lepas dari wakif. Maka dari itu madzhab Hanafi mendefinisikan 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).

Kepercayaan (*trust*) 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, mengurangi ketidakpastian dan risiko. Dalam dunia usaha, kepuasan konsumen saja tidak cukup untuk menjamin komitmen pada satu *provider* dalam jangka panjang.

Kepercayaan merupakan keyakinan satu pihak pada reabilitas, durabilitas dan integritas pihak lain dalam hubungan (*relationship*) dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Menurut Pavlo dalam Donni Juni, Kepercayaan merupakan penilaian yang ada pada hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian. (Pavlou, 2002 dalam Priansa: 2017: 116).

Menurut Maharani (2010) terdapat empat indikator dalam variable kepercayaan, yaitu:

1. Keandalan

Keandalan merupakan konsisten dari serangkaian pengukuran. Keandalan dimaksudkan untuk mengukur kekonsistenan perusahaan dalam melakukan usahanya dari dulu sampai sekarang.

2. Kejujuran

Bagaimana perusahaan/pemasar menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan/lembaga kepada konsumennya

3. Kepedulian

Perusahaan/Lembaga yang selalu melayani dengan baik konsumennya, selalu menerima keluhan-keluhan yang dikeluhkan konsumennya serta selalu menjadikan konsumen sebagai prioritas

4. Kredibilitas



Kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan/lembaga untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya

Kepercayaan juga dilatarbelakangi dengan faktor-faktor yang ada, berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kepercayaan, yaitu:

1. Integritas (*integrity*)

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

2. Realibilitas (*reliability*)

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

3. Kontak pegawai (*contact personnel*)

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

4. 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 adalah:

Artinya: “*kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu manafkahkan sebahagian harta yang kamu cintai, dan apasaja yang kamu nafkahkan, maha sesungguhnya Allah mengetahuinya*”. (Q. S Ali Imran: 92).

Dalam fiqih Islam dikenal ada 4 (empat) rukun atau unsur wakaf, antara lain adalah:

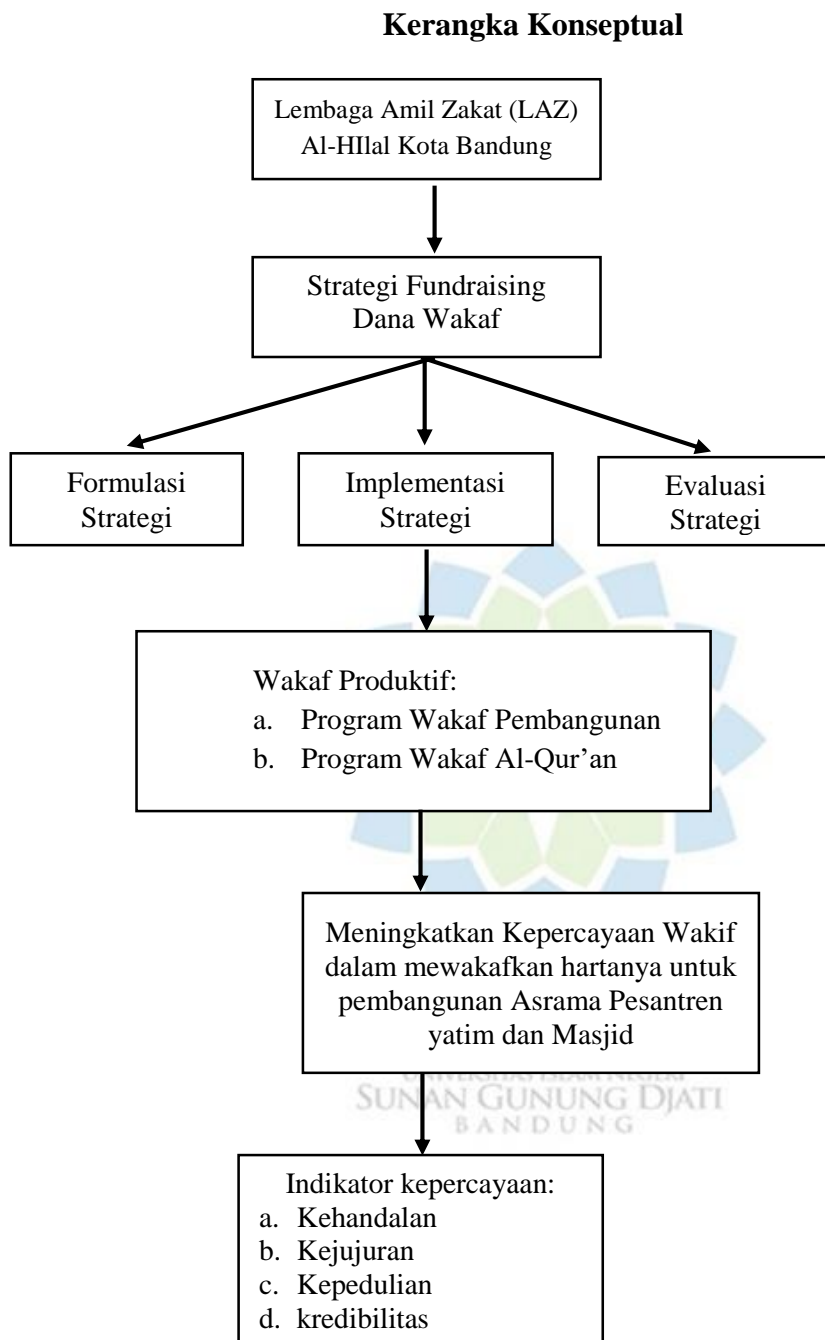
1. Orang yang berwakaf (*Waqif*)

2. Benda yang diwakafkan (*Mauquf*)
3. Penerima Wakaf (*Nadzir*)
4. Lafaz atau pernyataan penyerahan wakaf.

Wakaf produktif merupakan wakaf yang pokok barangnya digunakan untuk kegiatan produksi dan 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 dari wakaf produktif ini diharapkan dapat mendukung dan membiayai fungsi pelayanan sosial wakaf. Benda wakaf tidak bisa dimiliki secara pribadi atau perorangan tetapi benda wakaf merupakan milik Allah SWT (Qahaf, 2005: 199).

### 3. Kerangka Konseptual





**Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual  
Strategi fundraising Dana Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Kepercayaan Wakif**

## **F. Langkah-Langkah Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung Jl.

Gegerkalong Hilir No. 155A Kota Bandung. Lembaga ini merupakan lembaga Amil Zakat tingkat provinsi yang diresmikan pada tahun 2019 dan pada tahun yang sama Al-Hilal juga terdaftar sebagai *nadzhir* wakaf uang. Secara lembaga Al-Hilal sudah terdaftar di kementerian hukum dan HAM (KEMENKUMHAM), Kementerian sosial dan Kementerian Agama. Penentuan lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian didasarkan atas pertimbangan bahwa lokasi ini cukup mampu memberikan berbagai data yang dibutuhkan untuk kepentingan penelitian.

## 2. Metode Penelitian

Metode yang diambil adalah metode deskriptif untuk memaparkan situasi juga peristiwa. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan, menjelaskan serta mengambil data informasi mengenai strategi *fundraising* (penghimpunan) dana wakaf Al-Hilal Kota Bandung dalam meningkatkan kepercayaan wakif dalam menyalurkan harta yang akan disalurkan melalui observasi wawancara, studi dokumentasi terhadap objek penelitian, kemudian menganalisis data yang telah diperoleh dan dikumpulkan. Metode tersebut dapat mengantarkan peneliti dalam memperoleh data dengan benar akurat serta lengkap berdasarkan hasil pendataan dan pengolahan data secara sistematis.

## 3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif tentang strategi *fundraising* dana wakaf pembangunan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung guna meningkatkan kepercayaan wakif. Data yang dicari berupa gambaran dari segi penghimpunan dana wakaf yang diterapkan oleh pihak Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu:

### a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber yang diterima dari sumber aslinya dengan metode

wawancara jejak pendapat dari individu maupun kelompok atau bahkan hasil observasi suatu objek atau kejadian yang telah terjadi. Adapun subjek penelitian diantaranya: Pimpinan serta Pengurus Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung juga menggunakan sampel dari wakif.

b. Sumber data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa arsip dokumen buku majalah baik dipublikasikan maupun tidak. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan ialah perolehan dari bahan pustaka berupa buku dokumentasi media internet yang ada kaitannya dengan penelitian yang sedang dilakukan.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung kelapangan pada objek penelitian dengan melakukan pencatatan sistematis mengenai fenomena yang diteliti. (Peastowo, 2012: 170). Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung, jalannya kegiatan pelayanan tetapi tidak terlibat langsung dalam kegiatan yang dilakukan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al- Hilal Kota Bandung.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses Tanya jawab atau percakapan dengan maksud meminta keterangan atau pendapat seseorang terhadap suatu hal yang dianggap penting untuk diketahui. Wawancara ini dilakukan di objek penelitian Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa atau pengumpulan bukti dan keterangan baik berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan kegiatan di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung.

## **5. Analisis Data**

Menurut Bagdan Sugiyono, analisi data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Moeloeng, 2005: 186).

Penelitian ini, dimana penulis menggambarkan situasi dan kondisi di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung. Teknis Analisis data deskriptif adalah suatu teknik analisis yang bersifat mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti dengan menunjukkan bukti-buktinya.

Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang penulis kumpulkan baik data hasil wawancara maupun dokumentasi, selama riset di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al-Hilal Kota Bandung.

