

Strategi Sosialisasi Wakaf Di Era Digital Melalui Platform Online Dengan Konsep Crowdfunding Pada Lembaga Aksi Cepat Tanggap (Act) Sulawesi Selatan

Azhar Prayoga¹, Muslihati², Mega Oktaviany³

^{1,2}Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, ³Universitas Gunadarma

E-mail: azharprayoga99@gmail.com¹, muslihati.muslihati@uin-alauddin.ac.id², megaoktaviany@staff.gunadarma.ac.id³

ABSTRAK - Perkembangan jaman yang semakin maju saat ini mempermudah sarana komunikasi yang mampu memberikan kesempatan dan peluang dalam memberikan informasi ke masyarakat. Termasuk pengupayaan untuk meningkatkan wakaf dan pemahaman wakaf di masyarakat. Aksi Cepat Tanggap (ACT) sebagai crowdfunding untuk menghimpun dana dari khalayak ramai, Aksi Cepat Tanggap (ACT) memberikan pilihan program kemanusiaan dari dalam dan luar negeri serta metode pembayaran yang memudahkan donatur dan calon donatur untuk menyebarkan kepedulian. ACT bertujuan Menjadi organisasi kemanusiaan global profesional berbasis kedermawanan dan kerelawanan masyarakat global untuk mewujudkan peradaban dunia yang lebih baik, memberikan peluang kebaikan, ladang pahala bagi para *nadzir* untuk bermuamalah di jalan Allah. Menurut jenisnya, penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu dengan mengumpulkan data deskriptif suatu keadaan atau fenomena-fenomena apa adanya untuk kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah. Penelitian bertujuan mengetahui tingkat efektifitas suatu program atau kegiatan dapat diukur dengan melakukan perbandingan realisasi jumlah perolehan dan target. Progres memperlihatkan hasil dibawah 100 persen yang berarti hasil *crowdfunding* belum bisa dikatakan maksimal. Jika hasil dari perbandingan antara capaian dengan target mencapai lebih dari 100% maka berarti program atau kegiatan yang diteliti dapat dikatakan efektif. Apabila hasil menunjukkan 100% maka dikatakan efektif berimbang, sedangkan kurang dari 100% maka hasil penelitian menunjukkan tidak (belum) efektif.

Kata kunci : *Strategi Sosialisasi, Wakaf Online, Platform, Crowdfunding, Aksi Cepat Tanggap.*

PENDAHULUAN

Perkembangan Islam yang menyebar secara progresif ekspansif, menyebabkan kebutuhan sarana peribadatan dan sekolah yang juga diperluas. Kebutuhan sarana tersebut dapat diperoleh dari individu yang memiliki tanah atau bangunan yang tidak digunakan oleh pemiliknya. Tindakan pengalihan lahan dapat dikenal sebagai wakaf. Bersama kemajuan zaman, kegiatan perwakafan tersebut telah menjadi budaya masyarakat luas yang diterapkan hingga saat ini.¹ Indonesia sebagai Negara dengan mayoritas muslim memiliki potensi aset wakaf yang sangat besar untuk dikembangkan, sebagaimana yang diutarakan oleh Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam Prof Dr Nasaruddin Umar, bahwa wakaf sebagai salah satu instrumen ekonomi umat Islam memiliki potensi yang besar. Data dari kemenag menunjukkan bahwa jumlah tanah wakaf di Indonesia sebanyak 430,766 lokasi dengan luas mencapai 1,615,791,832.27 meter persegi yang tersebar lebih dari 366.595 lokasi di seluruh Indonesia, bahkan potensi wakaf uang tunai bisa mencapai Rp 20 triliun pertahun. Namun, Kebanyakan umat Islam Indonesia masih banyak yang belum memahami wakaf tunai dan masih memahami pemberian wakaf dengan cara lama atau berpikir rumitnya, selain itu juga masih banyak juga masyarakat terutama umat Islam Indonesia yang berpikir wakaf itu hanyalah benda tidak bergerak seperti tanah, bangunan, serta pohon dan sumur yang di ambil buah atau airnya.²

Aksi Cepat Tanggap hadir mengelola wakaf sebagai “filantropi platinum” Islam dengan pendekatan kemanusiaan, berbekal pengalaman panjang mengelola isu kemanusiaan global. Mengelola wakaf secara profesional, amanah, berjangkauan luas (global) demi membangun kesejahteraan masyarakat yang berhak menerimanya melalui program-program yang terutama bersifat memberdayakan (produktif). ACT sebagai organisasi filantropi Islam, bertekad menjadikan umat Islam dunia sebagai subjek pembangunan peradaban global yang lebih baik. Tekad ACT, menjadi titik api pembangunan masyarakat sipil yang kuat, mendorong wakaf sebagai gerakan masyarakat Islam dunia.³

Untuk mendorong partisipasi khalayak agar bertransformasi dari donasi *offline* ke donasi *online*, ACT mempunyai strategi sosialisasi melalui penggunaan media sosial. Namun, sebagian besar masyarakat di Indonesia masih memiliki

¹ Wiji Lestari and Rifqy Thantawi, “EFEKTIVITAS PENGELOLAAN WAKAF TUNAI DI BADAN WAKAF INDONESIA,” *JURNAL SYARIKAH : JURNAL EKONOMI ISLAM* 2, no. 1 (2016): 214–34, <https://doi.org/10.30997/jsei.v2i1.291>.

² Fitriyah, “FUNDRAISING : CROWDFUNDING WAQF MODEL (CWM) TO INCREASE WAQF FUNDS BASED INTERNET PLATFORM,” *Istismar : Jurnal Ekonomi Syariah* 1 (2019): 25–36.

³ “Aksi Cepat Tanggap,” accessed July 15, 2021, <https://indonesiadermawan.id/>.

pemahaman bahwa wakaf hanya bisa dilakukan dengan benda-benda tidak bergerak seperti tanah, kendaraan, ataupun bangunan. Selain itu, masyarakat juga memiliki pemahaman bahwa orang yang bisa berwakaf adalah orang yang memiliki harta kekayaan yang melimpah, pemanfaatan aset wakaf hanya untuk masjid, pondok pesantren, dan tanah pemakaman. Belum banyak masyarakat yang mendapatkan edukasi mengenai wakaf tunai dan pengelolaan wakaf produktif yang akan lebih membangun dan mengembangkan ekonomi umat.⁴ Secara umum persoalan wakaf di Sulawesi Selatan mengalami persoalan yang hampir sama di berbagai daerah di Indonesia. Disamping kurang populer dikalangan umat, keberadaan wakaf di Sulawesi Selatan hanya di gunakan untuk pembangunan Masjid, Mushollah, sekolah, serta lembaga sosial berupa panti asuhan dan panti jompo. Pemanfaatan tersebut dilihat dari segi sosial khususnya untuk kepentingan peribadatan memang efektif, tetapi dampaknya kurang berpengaruh positif dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Apabila peruntukan wakaf hanya terbatas pada hal-hal diatas tanpa diimbangi dengan wakaf yang dikelola secara produktif, maka kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat Sulawesi Selatan yang diharapkan dari lembaga wakaf tidak akan dapat terealisasi secara optimal.⁵

Konsep kegiatan pengumpulan dana wakaf menggunakan media dapat diwujudkan untuk menarik calon donator melalui *platform crowdfunding*. *Crowdfunding* sebagai upaya kolektif oleh orang-orang yang saling terhubung dan mengumpulkan uang mereka secara bersama-sama, biasanya melalui internet, untuk berinvestasi dan mendukung upaya yang diprakarsai oleh orang lain atau organisasi.⁶ Salah satu konsep *crowdfunding* berbasis internet yang akan diteliti oleh peneliti adalah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Sulawesi Selatan. Bagi penulis, ACT sangat menarik untuk diteliti karena *platform* ini merupakan salah satu penyedia *crowdfunding* di Indonesia yang berfokus pada isu sosial, siapapun bisa menggalang dana dan siapapun bisa berdonasi. Melihat latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Sosialisasi Wakaf Di Era Digital Melalui Platform Online Dengan Konsep *Crowdfunding* Pada Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Sulawesi Selatan”**.

⁴ N H Pramono, M Merlina, and W Astuti, cerdas bersama wakaf (cb wakaf)”: strategi dan inovasi pengelolaan wakaf uang di era digital, Sains Manajemen, 2019.

⁵ Sridewi, “Strategi Pengelolaan Wakaf Kecamatan Manggala Kota Makassar” (UIN Alauddin Makassar, 2017).

⁶ Maghfira, “Efektivitas Kitabisa.Com Sebagai Media Crowdfunding Dalam Mendukung Pertumbuhan Wakaf Sosial” (UIN Alauddin, 2019), [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/17454/1/Efektivitas Kitabisa.Com Sebagai Media Crowdfunding Dalam.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/17454/1/Efektivitas%20Kitabisa.com%20Sebagai%20Media%20Crowdfunding%20Dalam%20mendukung%20Pertumbuhan%20Wakaf%20Sosial.pdf).

Peneliti berharap penelitian ini dapat menyumbang ilmu pengetahuan bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar serta mahasiswa lain yang berminat atau sedang melakukan penelitian tentang waqaf di *Platform Social Crowdfunding*. Peneliti juga berharap penelitian ini sebagai bahan analisa bagi perusahaan yang bersangkutan untuk menyempurnakan dan sekaligus evaluasi tentang strategi sosialisasi yang telah dilakukan sebelumnya.

TINJAUAN LITERATUR

Fiqh Sosial

Dalam sistem distribusi kekayaan, kiai sahal mengungkapkan bahwa kehadiran zakat sebagai lembaga pemerataan dapat menjadi jawaban atas pengumpulan modal bagi jaringan kecil. Zakat memiliki ukuran ubudiyah (eskatologis), selain itu juga memiliki ukuran sosial. Kemudian lagi, Kiai Sahal juga menunjukkan bahwa untuk mengurangi kemelaratan, mereka tidak boleh diberi ikan terus-menerus tetapi harus diberi jerat. Namun, memberikan jerat saja tidak cukup karena mereka harus diberi tahu cara memancing yang benar untuk mendapatkan ikan. Jika fakta menegaskan bahwa salah satu sekutu keringanan kemelaratan adalah modal, maka pada saat itu, sesungguhnya umat Islam memiliki potensi yang menjanjikan karena Islam memiliki gagasan zakat dimana setiap Muslim yang memiliki harta benda dengan batas tertentu (mencapai nisab) wajib mengeluarkan zakat atas hartanya.⁷

Selain harta zakat, dalam Islam, wakaf juga disebut sebagai instrumen kesejahteraan sosial. Wakaf sangat penting untuk perilaku tujuan mulia yang berpotensi mewujudkan kesejahteraan yang meningkat tetapi juga merata dan berkelanjutan. Wakaf atau *waqf* berasal dari bahasa arab yang artinya menahan atau menghentikan. Dalam Rujukan Firman Istilah Fiqh, wakaf mengandung pengertian memindahkan kepemilikan pribadi menjadi milik suatu badan yang memberi manfaat bagi masyarakat. Ada empat rukun wakaf sebagaimana ditunjukkan oleh para ulama jumbuh, yaitu *wakif* (orang yang berwakaf), *mauquf alaih* (orang yang menerima wakaf), *mauquf* (harta yang diwakafkan), *sighat* (pernyataan mewakafkan melalui lisan). Dalam Islam, wakaf mengandung banyak tata krama. Selain memberikan manfaat sosial, selama wakaf tersebut dimanfaatkan, digunakan, memberikan manfaat. pahala tersebut akan mengalir kepada wakifnya meskipun dia telah meninggal.⁸

⁷ “Zakat Dan Pengentasan Kemiskinan Dalam Perspektif KH. M.A. Sahal Mahfudz,” NU.Pati, 2015, <https://www.pcnupati.or.id/2015/02/zakat-&-pengentasan-kemiskinan-dalam.html>.

⁸ KNKS, “Wakaf Produktif Untuk Kesejahteraan Umat,” *Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS)*, 2019, [https://knks.go.id/storage/upload/1569306459-KNKS Edisi Keempat - September.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1569306459-KNKS%20Edisi%20Keempat%20September.pdf).

Selain dasar dari Al-quran dan *hadits*, para ulama dan ahli fiqih sepakat (*ijma*) menerima wakaf sebagai satu amal jariah yang disyariatkan dalam Islam. Sejak masa *Khulafaur Rasyidin* sampai sekarang, dalam membahas dan mengembangkan hukum-hukum wakaf melalui ijtihad mereka. Sebab itu sebagian besar hukum-hukum wakaf dalam Islam ditetapkan sebagai hasil ijtihad, dengan menggunakan metode ijtihad yang bermacam-macam, seperti qiyas dan lain sebagainya.⁹

Jika ditelusuri ayat demi ayat dalam Al-Qur'an, maka tidak dapat kita temukan secara eksplisit ayat yang menguraikan konsep wakaf. Yang lebih banyak dinyatakan adalah infak di jalan Allah SWT (*infaq fuisabilillah*), Menurut para ulama fiqih, terutama Imam Syafi'i, Maliki dan Ahmad Ibn Hanbal, wakaf merupakan suatu ibadah yang disyariatkan, rujukan atau landasannya adalah ayat-ayat yang berkaitan dengan amal kebaikan.

Dalam QS Al-Baqarah/2: 261.

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةٌ
حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَسِيعٌ عَلِيمٌ ٢٦١

Terjemahan :

"Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui".¹⁰

Dalam QS Ali Imran/3: 92.

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Terjemahan :

"Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sehahagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan maka sesungguhnya Allah mengetahuinya".¹¹

⁹ Aisyah Ekawati Setyani, "Efektivitas Strategi Fundraising Wakaf Berbasis Wakaf Online Di Global Wakaf Aksi Cepat Tanggap Yogyakarta" (Universitas Islam Indonesia, 2018), <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/11308/SKRIPSI-14423018.pdf>.

¹⁰ Departement Agama RI, *Al-Qur'an & Terjemah* edisi 8, (Bandung: CV penerbit diponegoro, 2015)

¹¹ Departement Agama RI, *Al-Qur'an & Terjemah* edisi 8, (Bandung: CV penerbit diponegoro, 2015)

Crowdfunding Wakaf

Crowdfunding didefinisikan sebagai aktivitas pendanaan kolektif yang berawal daripada konsep *crowdsourcing* yang lebih luas dan *microfinancing*, namun memberi akses kepada orang-orang dalam kelompok yang lebih besar yang menjangkau dan mengumpulkan uang masyarakat dengan menggunakan *platform* online. *Crowdfunding* sebagai panggilan terbuka (publikasi) melalui internet untuk sumber pendanaan dalam bentuk sumbangan, terkadang hal ini dilakukan dalam bentuk pertukaran antara uang dengan produk yang dihasilkan di kemudian hari, jasa, atau hadiah. *Crowdfunding* menggunakan teknologi web dan sistem pembayaran online untuk memfasilitasi transaksi antara pencipta (orang yang meminta dana) dan penyandang dana (orang yang memberi uang).¹²

Penghimpunan dana atau *crowdfunding* dalam istilah merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana (wakaf) serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi yang akan disalurkan dan didayagunakan. Adapun model-model *crowdfunding* wakaf ini harus memperhatikan substansi dari *crowdfunding* tersebut, seperti motivasi, program, dan metode.¹³ Bradford membedakan *crowdfunding* menjadi empat kategori, yaitu model donasi, model penghargaan (*reward*) dan pra-pembelian, model pinjaman, dan model ekuitas. Situs *crowdfunding* dapat menerapkan satu model atau menerapkan lebih dari satu model.¹⁴

1. *Debt Based, Crowdfunding* berbasis pinjaman sangatlah mirip dengan mekanisme pinjaman pada umumnya, dimana individu dapat meminjam uang pada suatu proyek dengan ekspektasi pengembalian. Bentuk-bentuk *crowdfunding* basis pinjaman yang umum.
2. *Donation Based*, Sebagaimana tersirat pada namanya, *crowdfunding* basis donasi adalah jenis *crowdfunding* yang dilandaskan oleh donasi, filantropi, dan *sponsorship* dimana tujuan utamanya adalah mencari sumbangan. Jenis ini sering disebut sebagai *micro-patronage*. Portal *crowdfunding* yang menjalankan model donasi umumnya memberikan penghargaan (*reward*), hadiah (*gift*), atau cinderamata (*token*) untuk menstimulasi individu agar menyumbang pada suatu proyek.

¹² Uswatun Hasanah and Delli Ridha Hayati, "Empowerment: Crowdfunding Sebagai Inovasi Wakaf Uang Dengan Analisis Pembiayaan Al-Qard," Eksyda 1, no. 1 (2020).

¹³ Rahmatullah Rahmatullah and Bintang Ramadhan Putra, "Digital Fundraising Model of Cash Waqf," Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 6, no. 3 (2020): 553, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1382>.

¹⁴ C Steven Bradford, *Crowdfunding and the Federal Securities Laws* (Columbia: College of Law, Faculty Publications, 2012).

3. *Reward Based*, Jenis *crowdfunding* basis hadiah sering dioperasikan bersamaan dengan *crowdfunding* basis donasi. Pada jenis ini, jumlah kontribusi yang akan diberikan individu telah dipaketkan sesuai dengan hadiah yang akan diberikan. Hadiah dapat berupa pencantuman nama pada kredit proyek, penamaan (*acknowledgements*) pada merchandise, kesempatan untuk bertemu dengan creator proyek, undangan untuk menghadiri acara khusus yang berkaitan dengan proyek.
4. *Equity Based*, Kegiatan *crowdfunding* basis ekuitas menyerupai aktivitas investasi ekuitas umum, dimana seorang individu memperoleh kepemilikan (ekuitas) pada sebuah entitas sebagai imbalan atas dana yang diberikannya.

Konsep Strategi

Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strategi memiliki peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena strategi memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Strategi memiliki 3 Tahap penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu :



Gambar 1. Teori Manajemen Strategi

1. Perumusan Strategi

Tahap yang pertama dalam proses manajemen strategi adalah perumusan strategi yang mencakup visi, misi, identifikasi peluang eksternal organisasi, ancaman, penentuan kekuatan dan juga kelemahan internal. Dalam tahap ini juga ditentukan penetapan tujuan jangka panjang, strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk pencapaian tujuan. Berikut ini dikemukakan lima tahap menyusun strategi bisnis yang baik dalam mengembangkan perusahaan.

- a. Mengembangkan Visi Strategis, Visi strategis merupakan aspirasi manajemen tentang arah masa depan serta memberikan gambaran secara rinci terkait kemana organisasi tersebut bergerak. Visi merupakan tujuan jangka panjang dan membentuk identitas perusahaan.

- b. Menerapkan tujuan strategi, Tujuannya untuk mengonversi pernyataan visi dan misi menjadi target kinerja spesifik. Setiap unit dalam organisasi memerlukan target yang konkrit dimana kinerja dan kontribusi mereka bisa diukur atas pencapaian tujuan organisasi.
- c. Merumuskan strategi bisnis.¹⁵

2. Implementasi Strategi

Implementasi strategi merupakan proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Lebih lanjut dijelaskan bahwa proses implementasi strategi mungkin meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau sistem manajemen dari organisasi secara keseluruhan. Implementasi strategi dalam manajemen SDM melibatkan upaya besar yang bertujuan mentransformasi tujuan strategi ke dalam aksi yaitu penyelenggaraan program kerja. Betapapun hebatnya suatu strategi, apabila tidak di implementasikan tentu saja strategi itu tidak akan bermakna bagi pengembangan SDM. Implementasi strategi menggambarkan cara mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Ini merupakan lanjutan dari formulasi strategi yang mempunyai prinsip kegiatan yaitu.¹⁶

- a. Analisis pilihan strategi dan kunci keberhasilan.
- b. Penetapan tujuan - sasaran - strategi (kebijakan, program kegiatan)
- c. Sistem pelaksanaan, pemantauan dan pengawasan yang harus dirumuskan dengan jelas berdasarkan hasil analisis yang telah dilaksanakan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

3. Evaluasi Strategi

Evaluasi/kontrol strategi, mencakup usaha-usaha untuk memonitor seluruh hasil-hasil dari pembuatan dan penerapan strategi, termasuk mengukur kinerja individu dan organisasi serta mengambil langkah-langkah perbaikan jika diperlukan.¹⁷ Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategi. Para manajer perlu mengetahui kapan strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik, evaluasi strategi berarti usaha untuk memperoleh informasi ini. Semua strategi dapat dimodifikasi di masa depan karena faktor-faktor eksternal dan internal selalu berubah. Tiga macam aktivitas mendasar untuk mengevaluasi strategi adalah :

¹⁵ Mukhlis Catio, Sarwani, and Rukhan, *Manajemen Strategi*, ed. Asep Rachmatullah (Kota Tangerang: Indigo Media, 2021).

¹⁶ Dr. Ir. Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020).

¹⁷ Zuriani Ritonga, *Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)* (Sleman, Yogyakarta: Deepublish, 2020).

- a. Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi yang sekarang.
- b. Mengukur prestasi.
- c. Mengambil tindakan korektif.

Rasio Epektifitas

Tingkat efektifitas suatu strategi dapat diukur dengan melakukan perbandingan realisasi jumlah perolehan dan target. Menggunakan rumus berikut :

$$\text{Rasio Epektifitas} = \frac{\text{Realisasi Jumlah Perolehan}}{\text{Target}} \times 100\%$$

Berdasarkan uraian di atas, bahwa ukuran daripada efektifitas harus adanya suatu perbandingan antara input dan output, ukuran daripada efektifitas mesti adanya tingkat kepuasan dan adanya penciptaan hubungan kerja yang kondusif serta intensitas yang tinggi, artinya ukuran dari pada efektivitas adanya rasa saling memiliki dengan tingkatan yang tinggi.¹⁸

METODE PENELITIAN

Menurut jenisnya, penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Dikatakan deskriptif kualitatif karena penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data deskriptif berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena apa adanya. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah.¹⁹

Proses penelitian dan pemahamannya yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia yang sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan hasil penelitian.²⁰

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perumusan Strategi Sosialisasi Wakaf Platform Crowdfunding Pada Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Sulawesi Selatan Tahap Persiapan

¹⁸ Maghfira, "Efektivitas Kitabisa.Com Sebagai Media Crowdfunding Dalam Mendukung Pertumbuhan Wakaf Sosial" (UIN Alauddin, 2019), [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/17454/1/Efektivitas Kitabisa.com Sebagai Media Crowdfunding Dalam.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/17454/1/Efektivitas%20Kitabisa.com%20Sebagai%20Media%20Crowdfunding%20Dalam.pdf).

¹⁹ Edy Yuwono and Mudjia Rahardjo, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, Rev.II, Cet. V, 2016).

²⁰ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009).

Pada dasarnya program wakaf yang dijalankan oleh ACT Sulawesi Selatan sudah ada dari pusat melalui strategi yang diatur setiap sekali tahun. Strategi tersebut yang kemudian menjadi acuan dalam menjalankan program-program wakaf baik di ACT Sulawesi Selatan maupun cabang-cabang lainnya yang tersebar di 34 provinsi di Indonesia. Ada program-program reguler yang memang sudah menjadi program tahunan, seperti sumur wakaf yang termasuk ke dalam program reguler kemudian dibawahnya terjalin lagi program sumur wakaf tersebut ditujukan untuk siapa, misalnya untuk sumur keluarga, pesantren, atau masjid-masjid.

Kolaborasi dan Kerjasama

Dalam hal kolaborasi dan kerjasama, ACT Sulawesi Selatan lebih banyak melakukan riset langsung melalui tim *partnership* yang melakukan kunjungan kemitraan baik itu korporasi, sekolah, kampus dan berbagai pihak atau *stakeholder*. Sementara untuk implementasi program berdasarkan hasil capaian dari filantropi tersebut, misalnya ketika ada yang berdonasi berdasarkan hasil kolaborasi dan kerjasama kemudian disusun program perencanaannya dan dieksekusi.

Tujuan daripada menarik *influencer* tentunya untuk meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap ACT dan tentu saja memberikan *impact* karena *awardness* daripada kolaborasi tersebut akan ada pastinya hal-hal yang mengangkat nama ACT terutama di Sulawesi Selatan guna memberikan edukasi ke masyarakat terkait program-program di ACT apalagi ketika berkolaborasi dengan pemerintahan.

Riset dan Assessment

Di ACT ada gerakan #LaporMin, dimana masyarakat bisa melapor melalui akun ACT baik melalui instagram, facebook maupun whatsapp kemudian memasukkan saran-saran. Ketika kemudian ada masyarakat yang melapor misalnya ada sekolah yang rusak, ada tim *assesment* yang disiapkan untuk meninjau dan melakukan riset langsung ke lokasi terkait kebenaran dari laporan masyarakat tersebut, setelah dilakukan *assesment* kemudian data-data dari sekolah tersebut diambil dan di olah untuk kemudian di ajukan baik itu melalui admin indonesiadermawan.id maupun kitabisa.com.

Implementasi Strategi Sosialisasi Wakaf Platform Crowdfunding Pada Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Sulawesi Selatan

Untuk menentukan tahap keberhasilan suatu kegiatan atau program bisa diperkirakan dengan baik dengan melihat hasil pencapaian dan target yang sebenarnya. Menggunakan rumus:

$$\text{Rasio Epektifitas} = \frac{\text{Realisasi Jumlah Perolehan}}{\text{Target}} \times 100\%$$

Sumber : Mahsun (2009)²¹

Table 1. Kriteria Pengukuran Efektivitas

Persentase	Kriteria
(x > 100%)	Efektif
(x = 100%)	Efektif Berimbang
(x < 100%)	Tidak (Belum) Efektif

Pada implementasi strategi terdapat sekitar 50 kampanye khusus wakaf melalui *platform* *indonesiadermawan.id* dan *kitabisa.com* selama kurun waktu 2020-2021 yang diperuntukan secara konsumtif maupun produktif. Penelitian ini mengambil beberapa *sample* untuk diukur rasio epektifitas dalam bentuk persentase diantaranya : #aksibisa Bantu Lansia Bersama ACT Sulawesi Selatan, #aksibisa Bangun Sekolah Bersama ACT Sulawesi Selatan, #aksibisa Bangun Masjid Untuk Mualaf, Sumur Wakaf Keluarga Untuk Saudara Sebangsa, Rayakan Jumat Dengan Wakaf Pangan Produktif, #aksibisa Bangun Fasilitas Air Bersih dan MCK Pesisir, Wakaf Ternak Produktif Untuk Pesantren Indonesia dan Wakaf Modal Usaha Untuk Pedagang Kaki Lima.

Table 2. Analisis Kriteria Efektivitas Kampanye

Kampanye	Presentase	Kriteria
#aksibisa Bantu Lansia Bersama ACT Sulawesi Selatan	15,55 %	Tidak (Belum) Efektif

²¹ Ariel Sharon Sumenge, "Analisis Efektifitas Dan Efisiensi Pelaksanaan Anggaran Belanja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPEDA) Minahasa Selatan," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–99.

#aksibisa Bangun Sekolah Bersama ACT Sulawesi Selatan	22,84 %	Tidak (Belum) Efektif
#aksibisa Bangun Masjid Untuk Muallaf	9,90 %	Tidak (Belum) Efektif
Sumur Wakaf Keluarga Untuk Saudara Sebangsa	0,16 %	Tidak (Belum) Efektif
Rayakan Jumat Dengan Wakaf Pangan Produktif	0,37 %	Tidak (Belum) Efektif
#aksibisa Bangun Fasilitas Air Bersih dan MCK Pesisir	3,22 %	Tidak (Belum) Efektif
Wakaf Ternak Produktif Untuk Pesantren Indonesia	0 %	Tidak (Belum) Efektif
Wakaf Modal Usaha Untuk Pedagang Kaki Lima	0,25 %	Tidak (Belum) Efektif

Evaluasi Strategi Sosialisasi Wakaf Platform Crowdfunding Pada Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Sulawesi Selatan

Progres memperlihatkan hasil dibawah 100 persen yang berarti hasil *crowdfunding* belum bisa dikatakan maksimal, jika hasil dari pengujian antara pencapaian dan target melebihi 100%, itu maka kegiatan atau gerakan yang dianalisis bisa dianggap kuat. Jika hasil yang didapat 100% maka dinyatakan efektif seimbang, dan jika di bawah 100%, hasil eksplorasi dinyatakan tidak (belum) layak.

Terdapat pula kampanye yang sama sekali tidak didanai yaitu “Wakaf Ternak Produktif Untuk Pesantren Indonesia” dengan 517 hari tersisa. Hal tersebut menjadi bahan evaluasi bagi *campaigner* selaku pembuat kampanye dalam hal ini ACT Sulawesi Selatan, agar kampanye yang akan digalang kedepannya tidak terjadi hal serupa. Hal tersebut dapat berupa belum maksimalnya informasi yang tersebar kepada masyarakat mengenai kampanye wakaf yang digalang. Selain itu tingginya target donasi yang ditargetkan oleh lembaga. Hal ini yang menyebabkan belum adanya kampanye yang dapat dikatakan efektif karena jumlah target yang terlalu tinggi, namun donasi yang telah diperoleh cukup banyak.

Progres memperlihatkan hasil dibawah 100 persen yang berarti hasil *crowdfunding* belum bisa dikatakan maksimal, jika hasil dari pengujian antara pencapaian dan target melebihi 100%, itu maka kegiatan atau gerakan yang

dianalisis bisa dianggap kuat. Jika hasil yang didapat 100% maka dinyatakan efektif seimbang, dan jika di bawah 100%, hasil eksplorasi dinyatakan tidak (belum) layak.

Terdapat pula kampanye yang sama sekali tidak didanai yaitu “Wakaf Ternak Produktif Untuk Pesantren Indonesia” dengan 517 hari tersisa. Hal tersebut menjadi bahan evaluasi bagi *campaigner* selaku pembuat kampanye dalam hal ini ACT Sulawesi Selatan, agar kampanye yang akan digalang kedepannya tidak terjadi hal serupa. Hal tersebut dapat berupa belum maksimalnya informasi yang tersebar kepada masyarakat mengenai kampanye wakaf yang digalang. Selain itu tingginya target donasi yang ditargetkan oleh lembaga. Hal ini yang menyebabkan belum adanya kampanye yang dapat dikatakan efektif karena jumlah target yang terlalu tinggi, namun donasi yang telah diperoleh cukup banyak.

KESIMPULAN

Dalam perumusan strategi wakaf *online* di ACT Sulawesi Selatan meliputi Tahap Persiapan Program, Kolaborasi dan Kerjasama serta Riset dan *Assesment*. Pada tahap Persiapan Program, program wakaf yang dijalankan oleh ACT Sulawesi Selatan sudah ada dari pusat melalui strategi yang diatur setiap sekali tahun, strategi tersebut yang kemudian menjadi acuan dalam menjalankan program-program wakaf di ACT Sulawesi Selatan. Pada tahap Kolaborasi dan Kerjasama ACT Sulawesi Selatan mempunyai tim *partnership* yang melakukan kunjungan-kunjungan kemitraan baik itu korporasi, sekolah, kampus-kampus dan berbagai pihak atau *stakeholder* dalam mensosialisasikan wakaf online baik melalui media sosial dan melalui media lainnya. Pada tahap Riset dan *Assesment* Melalui gerakan #LaporMin, tim riset dan *assesment* serta Relawan Filantropi Indonesia (RFI), masyarakat dapat berpartisipasi dalam program-program yang diajukan untuk dibuatkan penggalangan dana, terutama terkait kerusakan-kerusakan fasilitas yang perlu diperbaiki menggunakan dana wakaf.

Pada implementasi strategi terdapat sekitar 50 kampanye khusus wakaf melalui *platform* *indonesiadermawan.id* dan *kitabisa.com* selama kurun waktu 2020-2021 yang diperuntukan secara konsumtif maupun produktif. Penelitian ini mengambil beberapa *sample* untuk diukur rasio efektifitas dalam bentuk persentase diantaranya : #aksibisa Bantu Lansia Bersama ACT Sulawesi Selatan, #aksibisa Bangun Sekolah Bersama ACT Sulawesi Selatan, #aksibisa Bangun Masjid Untuk Muallaf, Sumur Wakaf Keluarga Untuk Saudara Sebangsa, Rayakan Jumat Dengan Wakaf Pangan Produktif, #aksibisa Bangun

Fasilitas Air Bersih dan MCK Pesisir, Wakaf Ternak Produktif Untuk Pesantren Indonesia dan Wakaf Modal Usaha Untuk Pedagang Kaki Lima.

Pada tahap Evaluasi, hasil menunjukkan persentase kurang dari 100 persen yang artinya adalah hasil penggalangan dana tidak (belum) efektif. Terdapat pula kampanye yang sama sekali tidak didanai yaitu “Wakaf Ternak Produktif Untuk Pesantren Indonesia” dengan 517 hari tersisa. Hal tersebut menjadi bahan evaluasi bagi ACT Sulawesi Selatan, agar kampanye yang akan digelar kedepannya tidak terjadi hal serupa. Hal tersebut dapat berupa belum maksimalnya informasi yang tersebar kepada masyarakat mengenai kampanye wakaf yang digelar. Selain itu tingginya target donasi yang ditargetkan oleh lembaga. Hal ini yang menyebabkan belum ada kampanye yang dapat dikatakan efektif karena jumlah target yang terlalu tinggi, namun donasi yang telah diperoleh cukup banyak.

REFERENSI

- Ahmad, Dr. Ir. *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka, 2020.
- “Aksi Cepat Tanggap.” Accessed July 15, 2021. <https://indonesiadermawan.id>.
- Bradford, C Steven. *Crowdfunding and the Federal Securities Laws*. Columbia: College of Law, Faculty Publications, 2012.
- Catio, Mukhlis, Sarwani, and Rukhan. *Manajemen Strategi*. Edited by Asep Rachmatullah. Kota Tangerang: Indigo Media, 2021.
- Fitriyah. “FUNDRAISING : CROWDFUNDING WAQF MODEL (CWM) TO INCREASE WAQF FUNDS BASED INTERNET PLATFORM.” *Istismar : Jurnal Ekonomi Syariah* 1 (2019): 25–36.
- Hasanah, Uswatun, and Delli Ridha Hayati. “Empowerment: Crowdfunding Sebagai Inovasi Wakaf Uang Dengan Analisis Pembiayaan Al-Qard.” *Eksyda* 1, no. 1 (2020): 43–56.
- KNKS. “Wakaf Produktif Untuk Kesejahteraan Umat.” *Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS)*, 2019. [https://knks.go.id/storage/upload/1569306459-KNKS Edisi Keempat - September.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1569306459-KNKS%20Edisi%20Keempat%20-%20September.pdf).
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Lestari, Wiji, and Rifqy Thantawi. “EFEKTIVITAS PENGELOLAAN WAKAF TUNAI DI BADAN WAKAF INDONESIA.” *JURNAL SYARIKAH : JURNAL EKONOMI ISLAM* 2, no. 1 (2016): 214–34. <https://doi.org/10.30997/jsei.v2i1.291>.
- Maghfira. “Efektivitas Kitabisa.Com Sebagai Media Crowdfunding Dalam Mendukung Pertumbuhan Wakaf Sosial.” UIN Alauddin, 2019.

[http://repositori.uin-alauddin.ac.id/17454/1/Efektivitas Sebagai Media Crowdfunding Dalam.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/17454/1/Efektivitas%20Sebagai%20Media%20Crowdfunding%20Dalam.pdf) Kitabisa.com

Pramono, N H, M Merlina, and W Astuti. *CERDAS BERSAMA WAKAF (CB WAKAF)”: STRATEGI DAN INOVASI PENGELOLAAN WAKAF UANG DI ERA DIGITAL*. Sains Manajemen, 2019.

Rahmatullah, Rahmatullah, and Bintang Ramadhan Putra. “Digital Fundraising Model of Cash Waqf.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 553. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1382>.

Ritonga, Zuriani. *Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*. Sleman, Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Setyani, Aisyah Ekawati. “Efektivitas Strategi Fundraising Wakaf Berbasis Wakaf Online Di Global Wakaf Aksi Cepat Tanggap Yogyakarta.” Universitas Islam Indonesia, 2018. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/11308/SKRIPSI-14423018.pdf>.

Sridewi. “Strategi Pengelolaan Wakaf Kecamatan Manggala Kota Makassar.” UIN Alauddin Makassar, 2017.

Sumenge, Ariel Sharon. “Analisis Efektifitas Dan Efisiensi Pelaksanaan Anggaran Belanja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPEDA) Minahasa Selatan.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–99.

Yuwono, Edy, and Mudjia Rahardjo. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada, Rev.II, Cet. V, 2016.

NU.Pati. “Zakat Dan Pengentasan Kemiskinan Dalam Perspektif KH. M.A. Sahal Mahfudz,” 2015. https://www.pcnupati.or.id/2015/02/zakat-dan-pengentasan-kemiskinan-dalam_4.html.