

## BAB III

### STRATEGI PEMASARAN WAKAF TUNAI

#### A. Strategi Pemasaran Dalam Islam

Strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia disebutkan bahwa strategi adalah ilmu atau seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>32</sup>

Pemasaran lebih merupakan “suatu seni menjual produk”, sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual.<sup>33</sup>

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.<sup>34</sup>

Pasar syariah adalah pasar yang emosional (*emotional market*) dimana orang tertarik karena alasan keagamaan bukan karena keuntungan *finansial* semata, sedangkan pasar konvensional adalah pasar yang rasional (*rational market*) yaitu orang-orang cenderung berbisnis hanya untuk mendapatkan keuntungan finansial yang sebesar-besarnya tidak peduli apakah itu halal atau haram. Praktik bisnis dan pemasaran sebenarnya bergeser dan mengalami

---

<sup>32</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h. 1092

<sup>33</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2010), Cet. 1, h. 5

<sup>34</sup> Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran*, (Pekanbaru : Suska Press, 2012), Cet. 1, h. 83

transformasi dari level intelektual (rasional) ke emosional dan akhirnya ke spiritual. Pada akhirnya konsumen akan mempertimbangkan kesesuaian produk dan jasa terhadap nilai-nilai spiritual yang diyakininya.

Di level intelektual (rasional), pemasar menyikapi pemasaran secara fungsional-teknikal dengan menggunakan sejumlah *tools* pemasaran, seperti *segmentasi, targeting, positioning, marketing-mix, branding*, dan sebagainya. Kemudian di level emosional, kemampuan pemasar memahami emosi dan perasaan pelanggan menjadi penting. Disini pelanggan dilihat sebagai manusia seutuhnya, lengkap dengan emosi dan perasaannya. Beberapa konsep pemasaran yang ada pada level emosional ini antara lain *experiential marketing* dan *emotional branding*. Setelah banyak terjadi skandal keuangan, era pemasaran telah bergeser lagi ke arah spiritual marketing. Pada level ini pemasaran sudah disikapi sebagai "bisikan nurani" dan "panggilan jiwa", prinsip-prinsip kejujuran, empati, cinta, dan kepedulian terhadap sesama menjadi sangat dominan.

Dalam bahasa syariah, spiritual marketing adalah tingkatan "pemasaran langit", yang karena didalam keseluruhan prosesnya tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah, ia mengandung nilai-nilai ibadah, yang menjadikannya berada pada puncak tertinggi dalam pemasaran atau muamalah.

Suatu bisnis, sekalipun bergerak dalam bisnis yang berhubungan dengan agama, jika tidak mampu memberikan kebahagiaan kepada semua pihak, berarti belum melaksanakan *spiritual marketing*. Sebaliknya, jika

dalam berbisnis kita sudah mampu memberikan kebahagiaan, menjalankan kejujuran, dan keadilan, sesungguhnya kita telah menjalankan *spiritual marketing*, apapun bidang yang kita geluti.

Dalam *Islamic marketing* seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi, maka bentuk transaksi apapun dalam *marketing* diperbolehkan.

## **B. Karakteristik Pemasaran Islami**

Ada 4 karakteristik pemasaran Islami (*syariah marketing*) yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut:

### **a. Teistis (Rabbaniyyah)**

Salah satu ciri khas *syariah marketing* yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifat yang religius (*dinniyah*). Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok kedalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain.

Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang *teistis* atau bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling sempurna. Seorang syariah marketer meyakini bahwa Allah swt selalu dekat dan mengawasinya ketika dia sedang melaksanakan segala

macam bentuk bisnis. Dia pun yakin bahwa Allah swt. akan meminta pertanggung jawaban darinya atas pelaksanaan syariat itu pada hari ketika semua dikumpulkan untuk diperlihatkan amal-amalnya (di hari kiamat).

**b. Etis (*Akhlaqiyyah*)**

Sifat etis ini sebenarnya merupakan turunan dari sifat teistis. Dengan demikian, *syariah marketing* adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak peduli apapun agamanya. Karena nilai etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.

Untuk mencapai tujuan tersebut, Allah swt memberikan petunjuk melalui para rasul-Nya yang meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia baik akidah, akhlak (moral, etika), maupun syariah. Dua komponen pertama, akidah dan akhlak bersifat konstan. Keduanya tidak mengalami perubahan apapun dengan berbedanya waktu dan tempat. Sedangkan syariah senantiasa berubah sesuai dengan kebutuhan dan taraf peradaban manusia yang berbeda-beda.

**c. Realistis (*Al-Waqi' iyyah*)**

*Syariah marketing* bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti-modernitas, dan kaku. *Syariah marketing* adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluwesan *syariah Islamiyah* yang melandasinya. *Syariah marketer* bukanlah berarti para pemasar itu

harus berpenampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi karena dianggap merupakan simbol masyarakat barat.

*Syariah marketer* adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya. Mereka bekerja dengan profesional dan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

**d. Humanistis (A1-insaniyyah)**

Adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara. Dengan memiliki nilai *humanistis* ia menjadi manusia yang terkontrol, dan seimbang (*tawazun*), bukan manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Bukan menjadi manusia yang bahagia diatas penderitaan orang lain atau manusia yang kering dengan kepedulian sosial. Syariat Islam adalah syariah humanistis (*insaniyyah*).

Syariat Islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariat humanistis universal.

### C. Prinsip-prinsip Pemasaran dalam Perspektif Al-Qur'an

Kegiatan utama pemasaran atau juga disebut sebagai *marketing mix* adalah perangkat perusahaan yang terdiri dari 4 prinsip yaitu produk, harga, promosi, tempat atau distribusi.

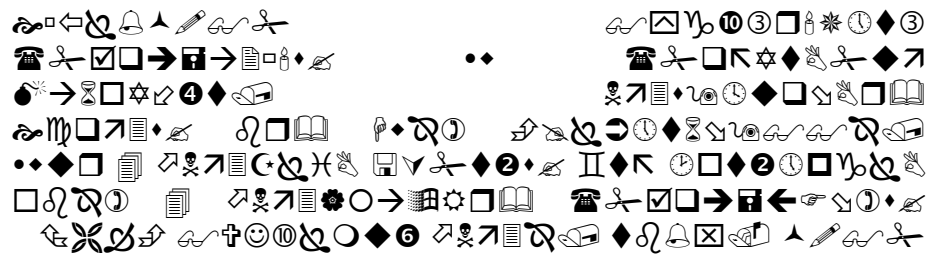
#### 1. Produk/barang

Produk merupakan hasil dari proses produksi perusahaan yang nantinya akan di jual perusahaan pada konsumen. Dalam Islam, barang yang akan dijual haruslah memberikan manfaat yang baik, tidak mudharat atau membahayakan bagi para konsumen, baik dari sisi kesehatan maupun moral. Sehingga para manajer pemasaran, haruslah memasarkan produk yang halal bagi para konsumennya.

#### 2. Harga

Menentukan harga produk tidak semudah yang dibayangkan. Cara yang umum digunakan adalah dengan menggunakan patokan hitungan biaya produk tersebut dari awal disiapkan hingga siap jual. Menentukan harga berdasarkan biaya dilakukan dengan menambahkan presentase margin tertentu ke biaya produk, dan presentase tersebut dianggap sebagai keuntungan. Persentase didapatkan sesuai dengan rata-rata margin di pasaran.

Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berdasar pada ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik, yakni dengan rasa suka sama suka. Allah swt berfirman:



Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (QS. An-Nisa’ (4) : 29)<sup>35</sup>

Allah melarang manusia memakan harta sesamanya dengan cara bathil yaitu tidak sesuai dengan hukum syar’i seperti riba, judi dan hal serupa lainnya yang penuh dengan tipu daya.

### 3. Promosi

Aspek penting lainnya adalah mengenai promosi dari produk. Bagaimana suatu produk akan dikenalkan ke pasar agar pelanggan tergerak untuk membelinya. Dalam islam promosi diperbolehkan berdasarkan kejujuran atau amanat, tidak boleh melewati batas kebenaran dalam menyebutkan dagangannya. Oleh sebab itu, salah satu karakter berdagang yang terpenting dan diridhoi oleh Allah swt adalah kebenaran.

### 4. Tempat / distribusi

Tidak kalah penting adalah mengenai dimana produk yang akan ditawarkan tersebut mudah ditemukan oleh target pasar yang dituju. Lokasi sebaiknya sangat diperhatikan oleh wirausaha, karena bisa jadi

<sup>35</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur’an dan Terjemah*, (Jakarta Timur: CV. Pustaka Al-Kautsar, 2009), h. 83

pemilihan lokasi tempat usaha yang buruk dapat berakibat langsung kepada kegagalan dari usaha yang dijalankan.<sup>36</sup>

#### **D. Etika Marketing dalam Islam**

Dewasa ini sering kita jumpai cara pemasaran yang tidak etis, curang dan tidak profesional, hal ini dapat mengganggu orang lain. Kegiatan marketing atau pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya, yakni religius, beretika, realistis dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Inilah yang dinamakan marketing syariah, dan inilah konsep terbaik marketing untuk hari ini dan masa depan.

Perpektif pemasaran dalam Islam yakni ekonomi Rabbani (*divinity*), realistis, humanis dan keseimbangan. Inilah yang membedakan sistem ekonomi Islam dengan sistem ekonomi konvensional. Marketing menurut Islam memiliki nilai dan karakteristik yang menarik. Dalam marketing syariah, meyakini bahwa perbuatan yang dilakukan seseorang akan dimintai pertanggungjawabannya kelak, selain itu marketing syariah mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral didalam pelaksanaannya. Karena itu, marketing syariah menjadi penting bagi para tenaga pemasaran untuk melakukan penetrasi pasar. Apabila dirumuskan, dalam Islam terdapat sembilan macam etika (akhlak) yang harus dimiliki seorang tenaga pemasaran. Yaitu : Memiliki kepribadian spiritual (*Taqwa*), Berkepribadian baik dan simpatik (*Shiddiq*), Berlaku adil dalam berbisnis (*al-'adl*), Melayani nasabah dengan rendah hati (*Khitmah*), Selalu menepati janji dan tidak curang (*Tahfif*),

---

<sup>36</sup> *Ibid*, h. 123-125



Jujur dan terpercaya (*Amanah*), Tidak suka berburuk sangka, Tidak suka menjelek-jelekan, dan Tidak melakukan suap (*Riswah*).

### **E. Keunggulan Marketing Islami**

a. Nilai Marketing Islami bisa diterapkan umat lain

Nilai islami itu universal, rahmatan lil alamin. Nabi Muhammad saw menyebarkan ajaran Islam bukan hanya untuk umat Islam saja. Jadi, nilai marketing syariah bisa menginspirasi orang lain.

b. Nilai Inti Marketing Islami

Nilai inti marketing Islami adalah integritas atau kejujuran. Setiap pemasar/perusahaan yang mengaku sebagai umat Islam dan terlibat dalam kegiatan ekonomi seharusnya tidak berdusta, terutama kepada konsumen yang berupaya untuk memperoleh barang atau jasa yang pemasarannya sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, bukan karena diskon atau iming-iming hadiah.

c. Perkembangan nilai spiritual dalam Marketing

*Intelligent Quotient* dan *Emotional Quotient* tidak cukup. Kedua hal itu harus disertai *Spiritual Quotient* yaitu nilai-nilai religi yang meyakini bahwa barang dan jasa yang dipasarkan adalah halal dan *thoyib*, sehingga tujuan pemasaran bukan semata keuntungan akan tetapi juga bahwa barang dan jasa tersebut baik dan sehat untuk kepentingan jasmani dan rohani.

d. Nilai Marketing Islami dapat bertahan dalam semua kondisi

Bisnis harus dijalankan dengan jujur, artinya dalam kondisi sulit sekalipun semua pihak yang terlibat tidak mengambil keuntungan sepihak dan mengorbankan pihak lain, baik dari sisi manfaat, harga maupun mutu.

e. Mampu menjaga keseimbangan

Saat ini orang mencari keseimbangan. Maksudnya orang yang berbisnis harus menjaga kelangsungan alam, tidak merusak lingkungan. Berbisnis juga ditujukan untuk menolong warga masyarakat yang miskin.

f. Bersifat Universal dan Lengkap

Islam adalah agama yang universal dan komprehensif. Petunjuknya lengkap. Diatas semua itu, Islam sebagai ajaran yang damai dan indah. Bisa merangkul seluruh lapisan kalangan dan golongan.

g. Konsisten pada Tujuan Ajaran Islam

Keberhasilan marketing tidak lepas dari fondasi dan tujuan ajaran Islam, yakni :

1. Identifikasi kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) konsumen harus didasarkan pada niat baik untuk beribadah kepada Allah. Dengan demikian kita bisa terlepas dari hawa nafsu untuk mencari kebutuhan yang dilarang, misalnya ketika menemukan bahwa produk yang paling dibutuhkan adalah minuman keras, kita tidak terbawa nafsu untuk menyediakannya walaupun keuntungannya besar.
2. Dalam mengidentifikasi cara-cara yang digunakan para pesaing saat menawarkan produk, kita harus menghindari apa yang dilarang Islam,

misalnya menggunakan suap untuk menghancurkan perusahaan pesaing.

3. Tidak menarik konsumen dengan cara yang tidak halal, misalnya menampilkan keindahan tubuh dalam bungkus produk. Gunakan cara yang diperbolehkan, misalnya menerangkan bahwa produk tersebut dibuat dan diproses dari barang halal serta bermutu.
4. Dalam pengembangan produk, perusahaan tidak semata-mata memikirkan soal promosi tetapi juga niat untuk tidak melakukan kemumbaziran.<sup>37</sup>

#### **F. Pengertian Wakaf Tunai**

Kata “Wakaf” atau “*Wacaf*” berasal dari bahasa Arab “*Waqafa*”. Asal kata “*Waqafa*” berarti “menahan” atau “berhenti” atau “diam di tempat” atau “tetap berdiri”.<sup>38</sup>

Sebagai satu istilah dalam syariah Islam, wakaf diartikan sebagai penahanan hak milik atas materi benda (*al-‘ain*) untuk tujuan menyedekahkan manfaat atau faedahnya (*al-manfa’ah*). Sedangkan dalam buku-buku fikih, para ulama berbeda pendapat dalam memberi pengertian wakaf. Perbedaan tersebut membawa akibat yang berbeda pada hukum yang ditimbulkan.<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> *Ibid*, h. 121-128

<sup>38</sup> Mahmud Yunus, *Kamus Arab Indonesia*, (Jakarta: PT. Mahmud Yunus Wa Dzurriyyah, 2010), h. 505

<sup>39</sup> Muhammad Abid Abdullah Al-Kabisi, *Hukum Wakaf*, Terjemahan: *Ahkam al-Waqf fi al-Syari’ah al-Islamiyah*, (Jakarta : Kerja Sama Dompot Dhuafa Republika dan IIMan Press, 2004), Cet.1, h. 40

Yang dimaksud dengan Wakaf sebagaimana dimaksud UU No. 41 tahun 2004 tentang Wakaf Pasal 1 adalah perbuatan hukum Wakif (pihak yang mewakafkan harta benda miliknya) untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariah.

Berdasarkan Fatwa MUI tentang Wakaf Uang yang ditetapkan pada 11 Mei 2002, Wakaf Uang didefinisikan sebagai wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, Lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai, dengan termasuk ke dalam pengertian uang adalah surat-surat berharga.

Wakaf uang hukumnya *jawaz* (boleh) dan hanya boleh disalurkan dan digunakan untuk hal-hal yang dibolehkan secara *syar'i*. Nilai pokok Wakaf Uang harus dijamin kelestariannya, tidak boleh dijual, dihibahkan, dan atau diwariskan. Caranya adalah dengan menjadikan uang tersebut sebagai modal usaha (modal produktif) kemudian menyalurkan keuntungannya sebagai wakaf.<sup>40</sup>

Wakaf harta benda bergerak berupa uang yang selanjutnya disebut wakaf uang adalah wakaf berupa uang yang dapat dikelola secara produktif, hasilnya dimanfaatkan untuk *mauquf alaih*.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Badan Wakaf Indonesia, *Al-Awqaf Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam Volume IV*, (Jakarta : 2011), h. 52

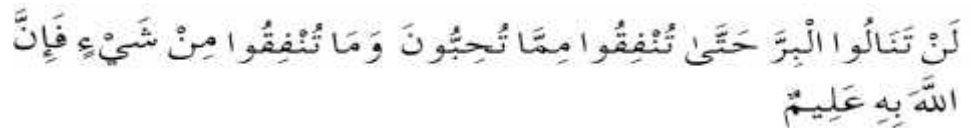
<sup>41</sup> Direktorat Pemberdayaan Wakaf, Himpunan Peraturan Badan Wakaf Indonesia, (Jakarta : 2012), h. 73

**G. Landasan Hukum Wakaf Tunai**

**1. Dasar Hukum Islam**

Dalil yang menjadi dasar disyari'atkannya ibadah wakaf bersumber dari :

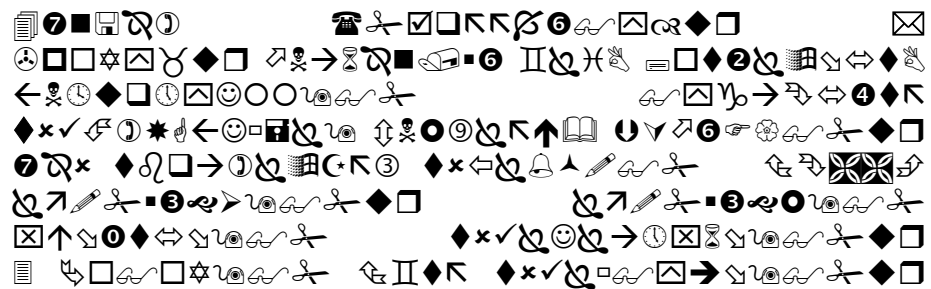
a. **Ayat Al-Qur'an**, antara lain :



Artinya : “Kamu tidak akan memperoleh kebaikan, sebelum kamu menginfakkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apa pun yang kamu infakkan, tentang hal itu sungguh, Allah Maha Mengetahui.” (QS. Ali Imran (3) : 92)<sup>42</sup>

Salah satu jalan kebaikan yang Allah sediakan bagi manusia

adalah bersedekah di jalan-Nya dengan harta yang dia cintai kepada orang lain. Sedekah seperti ini sangat dianjurkan oleh agama, bahkan menjadi syarat untuk memperoleh kebaikan, sebagaimana yang telah dijelaskan oleh ayat diatas. Al Bazar meriwayatkan dari Hamzah bin Abdullah bin Umar, dia berkata bahwa: Abdullah berkata, “Telah disampaikan kepadaku ayat ini. Maka saya teringat pada rezeki yang telah diberikan Allah kepadaku.”<sup>43</sup>



<sup>42</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta Timur: CV. Pustaka Al-Kautsar, 2009), h. 62

<sup>43</sup> Muhammad Nasib ar-Rifa'I, *Taisiru al-Aliyyul Qadir li Ikhtishari Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*, (Depok: Gema Insani, 2008), Cet. Ke-14, h. 547



Artinya : “Dan bersegeralah kamu mencari ampunan dari Tuhan-mu dan mendapatkan surga yang luasnya seluas langit dan bumi yang disediakan bagi orang-orang yang bertakwa. (Yaitu) orang-orang yang berinfak, baik di waktu lapang mau pun sempit...” (QS. Ali Imran (3) : 133-134)<sup>44</sup>

Menurut Ibnu Katsir, yang dimaksud dengan kebaikan disini adalah surga atau kebaikan dari Allah swt secara umum. Sebagaimana neraka disediakan bagi orang-orang kafir, maka Allah swt menyediakan surga yang luasnya seluas langit dan bumi bagi orang yang bergegas dalam melakukan kebaikan dan bersegera dalam meraih kedekatan Allah, dan menaati perintah Allah swt dengan berinfak baik di waktu lapang mau pun sempit untuk memperoleh Ridha-Nya. Yakni pada saat sulit dan lapang, saat giat dan malas, saat sehat dan sakit, dan dalam segala hal dan keadaan.<sup>45</sup>

#### **b. Sunnah Rasulullah saw**

Dalam sebuah hadits, Dari Abu Hurairah r.a. Bahwa :

إذا مات الإنسان انقطع عمله إلا من ثلاث: صدقة جارية، أو علم ينتفع به، أو ولد يدعو له  
(رواه مسلم)

Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam bersabda, “Apabila seseorang mati, Maka putuslah amalnya kecuali tiga perkara. Yaitu : amal

<sup>44</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta Timur: CV. Pustaka Al-Kautsar, 2009), h. 67

<sup>45</sup> Muhammad Nasib ar-Rifa'I, *Taisiru al-Aliyyul Qadir li Ikhtishari Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*, (Depok: Gema Insani, 2008), Cet. Ke-14, h. 582

*jariyah, ilmu yang diambil manfaatnya, dan anak saleh yang mendoakan orang tuanya.” (HR. Muslim)<sup>46</sup>*

Hadits ini menyebutkan bahwa shadaqah jariyah merupakan salah satu amal yang akan selalu mengalir manfaat dan pahalanya. Sedangkan inti dari shadaqah jariyah, sebagaimana disebutkan oleh ulama fikih adalah wakaf, karena manfaatnya berlangsung lama dan bisa diberdayakan oleh masyarakat umum.<sup>47</sup>

Ada hadits Nabi yang lebih tegas menggambarkan dianjurkannya ibadah wakaf, yaitu perintah Nabi kepada Umar untuk mewakafkan tanahnya yang ada di Khaibar :

عَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ أَصَابَ عُمَرُ بِخَيْرِ أَرْضًا فَأَتَى النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ أَصَبْتُ أَرْضًا لَمْ أُصَبْ مَالًا قَطُّ أَنْفَسَ مِنْهُ فَكَيْفَ تَأْمُرُنِي بِهِ قَالَ "إِنْ شِئْتَ حَبَسْتَ أَصْلَهَا وَتَصَدَّقْتَ بِهَا" فَتَصَدَّقَ عُمَرُ أَنَّهُ لَا يَبَاعُ أَصْلَهَا وَلَا يُوْهَبُ وَلَا يُوْرَثُ، فِي الْفُقَرَاءِ وَالْقُرْبَى وَالرَّقَابِ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالضَّيْفِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَلَا جُنَاحَ عَلَيَّ مَنْ وَلِيَهَا أَنْ يَأْكُلَ مِنْهَا بِالْمَعْرُوفِ أَوْ يَطْعَمَ صَدِيقًا غَيْرَ مَتَمَوْلٍ فِيهِ.

*“Ibnu Umar r.a mengatakan bahwa Umar r.a memperoleh sebidang tanah di Khaibar, lalu dia datang kepada Nabi saw. Untuk meminta fatwa mengenai tanah tersebut, kemudian ia mengatakan (kepada Rasulullah), “Ya Rasulullah! saya telah mendapatkan sebidang tanah di Khaibar. Saya belum pernah memperoleh harta yang lebih bernilai bagi saya daripada tanah tersebut, lalu apa yang Anda sarankan kepada saya?” Rasulullah bersabda, “Jika kau mau, sebaiknya kau pertahankan harta yang pokok (tanah tersebut) lalu kau sedekahkan hasilnya.” (HR. An-Nasa’I)<sup>48</sup>*

<sup>46</sup> Imam Muslim: *Shahih Mulim Beirut Dar-Ihya’ Al-Arabi*, Tth Juz.4. H.2065

<sup>47</sup> Mundzir Qahaf, *Manajemen Wakaf Produktif*, ( Jakarta Timur : Khalifa, 2007 ), Cet. ke-3, h. ix

<sup>48</sup> Sunan An-Nasa’I, *Beirut Dar al-Kutub Al-Ilmiah*, beirut, 1991. Juz. 4 h. 94

Maka, Umar pun menyedekahkan penghasilan tanah tersebut. Tanah tersebut tidak dijual, dibeli, diwariskan, dan dihibahkan. Umar menyedekahkan penghasilan tanah tersebut kepada orang-orang fakir, sanak-kerabat, para budak, untuk fisabilillah, ibnu sabil, dan tamu. Orang yang mengurus tanah tersebut tidak dilarang memakan sebagian hasil tanamannya dalam batas-batas yang baik atau dia berikan kepada temannya tanpa dijualnya.

#### **H. Keunggulan Wakaf Uang**

Wakaf telah mempunyai sejarah yang panjang dalam instrument sosial dan ekonomi masyarakat Islam. Keberhasilan perwakafan dalam sejarah Islam membuktikan bahwa Islam mampu memberi solusi jaminan sosial dan kesejahteraan bagi pemeluknya. Wakaf dalam sejarah Islam tidak hanya menjadi pilar kesejahteraan masyarakat atau perorangan. Lebih dari itu wakaf telah menjadi pilar ekonomi negara dalam membangun infra struktur, ekonomi, ketahanan dan peradaban. Sebagaimana spirit perwakafan yang ditunjukkan oleh sayyidina Umar bil al-Khaththab pada saat mewakafkan tanah yang paling baik dan subur di Khaibar adalah untuk turut andil dalam memberi kontribusi terhadap kebutuhan masyarakat dan mensejahterakan umat.

Salah satu instrumen untuk pemerataan kesejahteraan masyarakat dalam pandangan Islam adalah kedermawanan dalam bentuk wakaf. Sesuai perkembangan ilmu ekonomi dan ilmu hukum di Indonesia, wakaf yang merupakan produk ijtihad telah mengalami perubahan yang signifikan.



Pada penghujung tahun 2004 Indonesia telah mengesahkan undang undang wakaf yang merupakan titik awal paradigma baru tentang pemahaman wakaf di Indonesia. Diantara beberapa perkembangan yang terdapat dalam Undang Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf adalah tentang harta wakaf, institusionalisasi wakaf dan manajemen pengembangan wakaf.

Paradigma baru tentang harta wakaf dapat dilihat Pada Bab II Bagian Keenam Pasal 16 yang menyebutkan bahwa harta wakaf terdiri dari benda tidak bergerak; dan benda bergerak. Benda tidak bergerak bisa berupa tanah, bangunan dan tanaman yang semuanya berhubungan dengan tanah. Sedangkan benda wakaf bergerak adalah harta benda yang tidak boleh habis karena dikonsumsi, meliputi uang, logam mulia dan surat berharga, kendaraan, hak atas kekayaan intelektual, hak sewa dan harta bergerak lain sesuai dengan ketentuan syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam bagian ini telah mengesahkan wakaf produktif dan wakaf uang.

Undang undang ini merupakan suatu loncatan dalam pemahaman fiqh Islam, di mana barang yang habis jika dibelanjakan seperti uang dan surat berharga bisa ditanggulangi dengan sistem modern yaitu lembaga penjamin. Lembaga penjamin dapat melestarikan harta pokok wakaf untuk mengantisipasi jika mengalami pailid (*iflas*) pada saat pengelolaan dan pengembangannya.

Institusionalisasi Harta wakaf dapat dilihat pada Bab VI yang mencantumkan Badan Wakaf Indonesia. Maka pengembangan harta wakaf di Indonesia didaftar dan diatur oleh suatu lembaga yang khusus menangani wakaf.

Persepsi tentang wakaf yang dikelola oleh individu dan tradisional akan bergeser kepada lembaga atau organisasi yang modern dan dijamin oleh undang-undang. Institusi wakaf nantinya akan menjawab kebekuan komunikasi dan kerjasama dengan pihak lain guna pengembangan harta wakaf.

Perubahan paradigma manajemen pengembangan wakaf dapat dilihat pada Bab V yang mengupas tentang pengembangan harta wakaf. Pengelola (*nazhir*) wakaf bisa dari individu yang cukup syarat, organisasi sosial, keagamaan, dan bisa dari lembaga hukum. Artinya, pengelola harta wakaf bisa dilakukan secara kolektif sesuai dengan perkembangan zaman. Di mana badan usaha dan pengembangan usaha sekarang ini dikelola secara kolektif dan professional.

Dalam Undang-Undang Tentang Wakaf, wakaf uang juga diatur dalam bagian tersendiri. Dalam Pasal 28, disebutkan bahwa wakif dapat mewakafkan benda bergerak berupa uang melalui lembaga keuangan syariah penerima wakaf uang (LKS-PWU) yang ditunjuk oleh Kementerian Agama.

Kemudian dalam Pasal 29 ayat (1) disebutkan pula bahwa wakaf benda bergerak berupa uang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28, dilaksanakan oleh wakif dengan pernyataan kehendak wakaf yang dilakukan secara tertulis. Dalam ayat (2) Pasal yang sama dinyatakan bahwa wakaf benda bergerak berupa uang diterbitkan dalam bentuk sertifikat wakaf uang. Sedangkan dalam ayat (3) Pasal yang sama bahwa sertifikat wakaf uang diterbitkan dan disampaikan oleh lembaga keuangan syariah kepada wakif dan nadzir sebagai bukti penyerahan harta benda wakaf.

Perbedaan spesifik tentang wakaf yang diatur pada Pasal 28 sampai Pasal 31 ialah wakaf uang harus disetor melalui Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang telah ditetapkan oleh Menteri Agama RI. Dalam keputusan Menteri Agama RI telah menetapkan delapan LKS Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU), yaitu BNI Syariah, Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, Bank Mega Syariah, Bank DKI Syariah, Bank Bukopin Syariah, Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah, dan Bank Jogja Syaria.

Menurut Peraturan Badan Wakaf Indonesia<sup>49</sup>, sertifikat dapat diberikan kepada wakif yang telah mewakafkan uangnya paling sedikit Rp 1.000.000 (satu juta rupiah) dengan menyertakan asal usul uang dan identitas lengkap wakifnya.

Dalam Undang-undang Tentang Wakaf, disebutkan perlunya dibentuk Badan Wakaf Indonesia. Dalam Pasal 47 ayat (1) Undang-undang Tentang Wakaf disebutkan bahwa dalam rangka memajukan dan mengembangkan perwakafan nasional, dibentuk Badan Wakaf Indonesia.

Badan Wakaf Indonesia tersebut berkedudukan di Ibukota Negara Kesatuan Republik Indonesia dan dapat membentuk perwakilan di Provinsi dan/atau Kabupaten/Kota sesuai dengan kebutuhan (Pasal 48). Dalam Pasal 51 ayat (1) disebutkan bahwa Badan Wakaf Indonesia terdiri atas Badan Pelaksana dan Dewan Pertimbangan. Keanggotaan Badan Wakaf Indonesia diangkat untuk masa jabatan selama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan.

---

<sup>49</sup> Peraturan Badan Wakaf Indonesia nomor 01 tahun 2009 tentang pedoman pengelolaan dan pengembangan harta benda wakaf bergerak berupa uang Pasal 3 ayat (2)

Adapun ayat (2) Pasal yang sama menyebutkan bahwa dalam melaksanakan tugasnya Badan Wakaf Indonesia dapat bekerjasama dengan instansi Pemerintah, baik Pusat maupun daerah, organisasi masyarakat, para ahli, badan internasional, dan pihak lain yang dianggap perlu. Dalam Pasal 50 disebutkan bahwa dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49, Badan Wakaf Indonesia memperhatikan saran dan pertimbangan Menteri dan Majelis Ulama Indonesia. Wakaf dalam paradigma yang baru ini lebih mengedepankan unsur produktifnya dan sumber ekonomi umat dari pada wakaf yang hanya untuk memenuhi kebutuhan ibadah dan penyediaan sarana ibadah murni (*'ibadah mahdlah*).

Di Indonesia pada tanggal 11 Mei 2002 Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia telah menetapkan fatwa tentang wakaf uang, yaitu boleh. Wakaf uang lebih fleksibel dan menjadi pendorong terhadap wakaf benda tidak bergerak agar lebih produktif.

Wakaf uang telah dicanangkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 8 Januari 2010 di Istana Negara. Diharapkan dengan pencanangan ini maka gerakan wakaf uang dapat berakselerasi dengan cepat untuk mendukung masyarakat Indonesia mencapai Indonesia yang lebih baik.<sup>50</sup>

Potensi wakaf di Indonesia pada umumnya, dan di Kota Tanjungpinang pada khususnya, cukup besar. Wakaf yang bersifat abadi dan tanpa batas mobilisasi asset dan dana untuk investasi jangka panjang. Jumlah umat Islam yang mayoritas merupakan aset besar untuk penghimpunan dan pengembangan wakaf

---

<sup>50</sup> Forum Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang, *Handbook Tanya Jawab Wakaf Uang*, (Jakarta: 2013), Cet. Ke-2, h. iii

uang. Jika wakaf uang di implementasikan, maka ada dana potensial yang sangat besar yang bisa dimanfaatkan untuk pemberdayaan dan kesejahteraan umat.

Wakaf uang memudahkan mobilisasi dana dari masyarakat melalui sertifikat wakaf uang karena beberapa hal. *Pertama*, lingkup sasaran pemberi wakaf (*waqif*) bisa menjadi luas dibanding dengan wakaf benda tidak bergerak. *Kedua*, dengan sertifikat tersebut, dapat dibuat berbagai macam pecahan yang disesuaikan dengan segmen muslim yang dituju yang dimungkinkan memiliki kesadaran beramal tinggi. *Ketiga*, wakif tidak perlu menunggu kaya raya atau tuan tanah untuk berwakaf karena uang lebih mudah dibuat pecahannya dan dapat berupa wakaf kolektif

Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan dalam wakaf uang, maka umat akan lebih mudah memberikan kontribusi mereka dalam wakaf tanpa harus menunggu kapital dalam jumlah yang sangat besar. Mereka tidak harus menunggu menjadi 'tuan tanah' untuk menjadi wakif.

Memerlukan lima modal dalam upaya optimalisasi potensi wakaf untuk mengentaskan kemiskinan menuju kesejahteraan. Lima modal pengembangan investasi dan penyaluran dana sosial ini yang akan memaksimalkan fungsi wakaf, yaitu :

1. *Trust*, berkenaan dengan kepercayaan masyarakat dalam menyalurkan harta wakafnya.
2. *Knowledge*, berkenaan dengan ilmu mengenal perkembangan wakaf serta model-model investasinya, wakaf tidak hanya objeknya yang mengalami perkembangan, tetapi administrasi, pengembangan dan penyalurannya

membutuhkan pengetahuan yang selalu sesuai dengan perkembangan. Pada tataran kompetensi keilmuan, seorang Nadzhir harus menguasai materi-materi fiqih muamalah, khususnya yang berhubungan dengan wakaf.

3. *Human skill*, berkenaan dengan keahlian Nadzhir dalam bidang tertentu yang berkenaan dengan amanah untuk mengembangkan harta wakaf. Secara personal, Nadzhir haruslah orang-orang yang mempunyai reputasi dan kredibilitas moral yang baik, yaitu bersifat jujur, adil, dan amanah.
4. *Human Technical*, berkenaan dengan kemampuan untuk mengelola harta wakaf, yaitu pengelolaan dengan prinsip keterbukaan (transparansi), prinsip Independensi.
5. *Human Relation*, adalah kemampuan Nadzhir dalam membangun jaringan untuk kepentingan pengelolaan dan pengembangan wakaf. Pengembangan jaringan menjadi sesuatu yang asasi dalam mencapai tujuan produktif wakaf. Sebab tanpa jaringan, prinsip permintaan dan penyaluran (*supply and demand*) tidak dapat berjalan dengan stabil.<sup>51</sup>

## **I. Potensi dan Peluang Wakaf Tunai**

### **1. Banyaknya Harta Wakaf yang Tidak Dikelola Secara Optimal**

Menurut data Departemen Agama terakhir terdapat kekayaan tanah wakaf di Kepulauan Riau sebanyak 1051 lokasi dengan luas 201,85 Ha.

---

<sup>51</sup> Husaini, Kasi Pemberdayaan Wakaf Kemenag Kepri, *Peningkatan Kesejahteraan Umat Melalui Wakaf*, (Haluan Kepri : 2 Maret 2015), h. 24

Dari total jumlah tersebut 306 diantaranya sudah bersertifikat wakaf dan sisanya belum bersertifikat, yaitu sejumlah 745 dengan luas 158,97 Ha.<sup>52</sup>

Namun pada umumnya tanah-tanah wakaf tersebut pengelolaannya bersifat konsumtif dan tradisional. Ada beberapa kondisi dimana tanah wakaf di Indonesia dikelola secara konsumtif dan tradisional, yaitu :

- a. Sempitnya pola pemahaman masyarakat terhadap harta yang akan diwakafkan, yaitu berupa harta benda yang tidak bergerak dan hanya untuk kepentingan yang bersifat peribadatan. Dan sifat wakaf itu sendiri hanya ditempatkan pada kemutlakan yang harus dikembalikan kepada Allah semata sehingga kondisi apapun yang terjadi terhadap harta wakaf tersebut didiamkan sedemikian rupa dan tidak terawat secara baik sehingga banyak yang terbengkalai.
- b. Pada umumnya masyarakat yang mewakafkan hartanya diserahkan kepada orang yang dianggap panutan dalam lingkup masyarakat tertentu dengan mengikuti tradisi lisan dan dalam kenyataannya sekarang banyak menimbulkan masalah persengketaan dengan ahli waris yang menggugat para Nazhir atau banyak pula yang disalahgunakan oleh para Nazhir nakal dengan menjual sebagian atau seluruh harta wakaf yang ada.
- c. Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pendaftaran tanah wakaf. Hal ini memberikan peluang terjadinya penyalahgunaan atau bahkan pengambilan paksa oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

---

<sup>52</sup> [www.bimasislam.kemenag.go.id](http://www.bimasislam.kemenag.go.id)

Keberadaan peraturan perundang-undangan, khususnya UU No 41 Tahun 2004 tentang Wakaf salah satunya bertujuan untuk mengamankan, mengatur dan mengelola tanah wakaf secara baik.

## **2. Sumber Daya Manusia (SDM) dalam Pengelolaan Wakaf Produktif**

Dalam pengelolaan harta wakaf produktif, pihak yang paling berperan berhasil tidaknya dalam pemanfaatan harta wakaf adalah Nazhir wakaf, yaitu seseorang atau sekelompok orang dan badan hukum yang disertai tugas oleh wakif (orang yang mewakafkan harta) untuk mengelola wakaf. Walaupun dalam kitab-kitab fikih ulama tidak mencantumkan Nazhir wakaf sebagai salah satu rukun wakaf, karena wakaf merupakan ibadah *tabarru'* (pemberian yang bersifat sunnah).

Namun demikian, setelah memperhatikan tujuan wakaf yang ingin melestarikan manfaat dari hasil harta wakaf, maka keberadaan Nazhir sangat dibutuhkan, bahkan menempati pada peran sentral. Sebab di pundak Nazhir lah tanggung jawab dan kewajiban memelihara, menjaga dan mengembangkan wakaf serta menyalurkan hasil atau manfaat dari wakaf kepada sasaran wakaf. Untuk itulah profesionalisme Nazhir menjadi ukuran yang paling penting dalam pengelolaan wakaf jenis apapun. Kualifikasi profesionalisme Nazhir secara umum dipersyaratkan menurut fikih sebagai berikut, yaitu : beragama Islam, mukallaf (memiliki kecakapan dalam melakukan perbuatan hukum), baligh (sudah dewasa) dan 'aqil (berakal sehat), memiliki kemampuan dalam mengelola wakaf



(professional) dan memiliki sifat amanah, jujur dan adil.

Ditinjau dari segi tugas Nazhir, ia berkewajiban untuk menjaga, mengembangkan dan melestarikan manfaat dari harta yang diwakafkan bagi orang-orang yang berhak menerimanya, jelas bahwa fungsi dan tidak berfungsinya suatu wakaf tergantung dari pada peran Nazhir. Meskipun demikian Nazhir tidak memiliki kekuasaan mutlak terhadap harta yang diamanatkan kepadanya. Dilihat dari persyaratan yang ada, sesungguhnya bukan menjadi hal yang sulit mencari orang atau lembaga yang bisa dipercaya untuk mengelola harta wakaf, khususnya untuk kepentingan pengelolaan wakaf produktif.

Apalagi sekarang banyak bermunculan lembaga-lembaga ekonomi dan keuangan Syariah yang mendidik Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas baik. Bersamaan dengan semangat yang tinggi untuk menerapkan sistem ekonomi Syariah. Penguatan kualitas SDM yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pendidikan bisnis Islami telah banyak melahirkan para ahli di bidang ini.

### **3. Kesadaran Umat Islam Terhadap Penerapan Sistem Ekonomi Syariah**

Masalah wakaf merupakan masalah yang sampai saat ini kurang dibahas secara intensif. Hal ini disebabkan karena umat Islam hampir melupakan kegiatan-kegiatan yang dari lembaga perwakafan. Masalah *mis-management* dan korupsi diperkirakan menjadi penyebab utama, sehingga kegiatan lembaga perwakafan ini kurang diminati atau bahkan ditinggalkan oleh umat Islam lebih kurang seabad yang lalu.

Oleh karena itu tulisan-tulisan yang berkaitan dengan kegiatan perwakafan sangatlah jarang. Baru pada tahun-tahun terakhir ini muncul kembali minat umat Islam untuk menggiatkan kembali kehidupan lembaga perwakafan. Munculnya minat tersebut seiring dengan kesadaran orang untuk mencari Sistem Ekonomi Syari'ah (SES) sebagai alternatif dari sistem ekonomi kapitalis dimana pelaksanaan sistem yang terakhir ini telah terbukti tidak memberikan manfaat untuk meningkatkan kesejahteraan umat manusia. Sistem tersebut hanya memberi manfaat pada sebagian kecil umat manusia yaitu kelompok-kelompok yang kebetulan memiliki *power* dalam kehidupan perekonomian yang ada.

Selain itu, berbagai krisis ekonomi selalu menyertai perjalanan hidup sistem ekonomi kapitalis, sementara usaha-usaha untuk mencari jalan keluar dari krisis yang ada selalu menimbulkan korban di pihak yang lemah saja yang merupakan mayoritas pelaku-pelaku sistem ekonomi kapitalis yang nota bene di Negara-negara berpenduduk mayoritas muslim.

Dari kesadaran penuh akan kelemahan sistem ekonomi kapitalis (konvensional) tersebut dan keinginan yang kuat masyarakat Islam dalam menerapkan sistem ekonomi Syari'ah, merupakan momentum dan peluang yang cukup besar untuk memberdayakan wakaf produktif sebagai salah satu variabel yang cukup strategis bagi penerapan SES.

#### **4. Dukungan Politik Pemerintah Dalam Pemberdayaan *Civil Society***

Munculnya Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang dipelopori ICMI-MUI di awal 1990-an sebagai bank Syari'ah pertama di tanah air

merupakan dukungan pemerintah Orde Baru yang sarat dengan nuansa politis. Namun demikian, hadirnya BMI menjadi tonggak awal kesadaran terhadap pentingnya bank Islam yang mengajarkan sistem keuangan tanpa bunga sebagai alternatif sistem yang telah ada. Bersamaan perjalanan waktu, keinginan masyarakat mendirikan lembaga-lembaga keuangan Syari'ah lainnya bagaikan jamur di musim hujan sebagai respon positif bagi kebijakan pemerintah yang mendukung sistem keuangan yang didasarkan pada ajaran Islam. Tentu saja kemunculan lembaga-lembaga tersebut atas dukungan penuh dari kebijakan-kebijakan otoritas moneter negeri ini.

Salah satu lembaga pemberdayaan ekonomi umat yang berbasis pada ajaran Islam selain lembaga zakat adalah lembaga perwakafan. Lembaga perwakafan memang sudah ada sejak Islam masuk di negeri ini, namun pemberdayaannya dirasa masih jauh dari harapan yang sesungguhnya. Walaupun dalam beberapa contoh pemberdayaan wakaf sudah cukup baik untuk kesejahteraan masyarakat, namun secara umum wakaf masih menjadi kekayaan umat yang belum dirasakan manfaatnya secara maksimal.

Potensi besar yang dimiliki oleh wakaf sebagai salah satu variabel penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak didorong oleh pemerintah secara politik dengan beberapa peraturan perundang-undangan wakaf agar berfungsi secara produktif.

## **5. Banyaknya Perbankan Syari'ah yang Siap Mengelola Wakaf Produktif**

Pemikiran ekonomi Islam hingga kini masih didominasi oleh dua ajaran. Pertama, ajaran tentang larangan riba yang dalam kaitannya dengan kegiatan ekonomi dan bisnis nyata, telah menghasilkan pandangan yang mengharamkan bunga bank (*interest, rente*). Hampir saja pandangan ini menghalangi umat Islam untuk berhubungan dengan lembaga perbankan, apalagi mendirikan bank. Hal ini menyebabkan umat Islam tertinggal dalam perkembangan ekonomi dan bisnis, karena sistem kredit perbankan merupakan faktor kunci dalam pembangunan ekonomi dan pertumbuhan bisnis. Karena itu, maka ekonom muslim yang umumnya berpendidikan, meralat. Cepat-cepat mengingatkan umat Islam bahwa sesungguhnya yang dilarang oleh Islam itu bukannya lembaga perbankan, melainkan bunga bank yang mendasari mekanisme perbankan.

Di Indonesia berkat upaya Majelis Ulama Indonesia - (MUI) dan Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) pada tahun 1992, telah berhasil di dirikan Bank Muamalat Indonesia (BMI).

Terlepas dari motivasi politik yang dikemas sebagai sebuah dukungan dari aspirasi umat Islam saat itu, Bank Muamalat Indonesia telah memberikan inspirasi bank-bank konvensional membuka bank bersistem Syariah, seperti Bank Mandiri Syari'ah (BMS), BNI syari'ah, dan sebagainya.

Munculnya bank-bank Syari'ah, khususnya yang dimotori oleh

bank-bank besar konvensional di hampir seluruh pelosok tanah air memberikan angin besar dan optimisme tinggi bagi umat Islam, termasuk di dalamnya pengelolaan harta (dana) wakaf secara produktif. Untuk harta wakaf yang berbentuk harta tak bergerak seperti tanah dan bangunan, pihak bank Syari'ah bisa menjadikannya sebagai agunan (jaminan) peminjaman sejumlah dana dalam rangka pengembangan harta wakaf yang lain. Sedangkan kalau dalam bentuk tunai (*cash waqf*), pihak bank langsung bisa mengelola, mengembangkan dan menyalurkan harta wakaf yang dipercayakan kepada bank tersebut.

Peranan perbankan Syari'ah dalam wakaf setidaknya memiliki beberapa keunggulan yang diharapkan dapat mengoptimalkan operasional harta (dana) wakaf, yaitu:

a. Jaringan kantor

Relatif luasnya jaringan kantor perbankan Syari'ah dibandingkan dengan lembaga keuangan Syari'ah lainnya merupakan keunggulan tersendiri bagi perbankan Syari'ah di dalam memberikan peran pengelolaan harta (dana) wakaf, baik langsung maupun tidak langsung. Dengan luas jaringan kantor layanan Bank Muamalat Indonesia, yang mencapai 79 kantor cabang, 240 kantor cabang pembantu, dan 123 kantor kas yang tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia, maka hal ini merupakan faktor penting didalam mengoptimalkan pemasarcatannya (sosialisasi), penggalangan dana wakaf serta penyalurannya.

Dengan relatif luasnya jaringan kantor Bank Muamalat diharapkan akan lebih mengefektifkan sosialisasi keberadaan produk wakaf tunai seiring dengan tingginya akses masyarakat terhadap jasa perbankan. Sebagai implikasi dari efektifnya sosialisasi tersebut serta semakin luasnya jaringan kantor, maka pada tahap selanjutnya panggalangan dana wakaf tunai juga akan semakin optimal.

Begitu pula dengan aktivitas penyalurannya, luasnya jaringan kantor akan sangat membantu efektifitas serta efisiensi penyampaian harta (dana) wakaf kepada *mauquf`alaih*.

b. Kemampuan sebagai *Fund Manager*

Sebagai lembaga perantara antara *Surplus Spending Unit* dengan *Defisit Spending Unit*, lembaga perbankan pada dasarnya merupakan lembaga pengelola dana (masyarakat). Dengan demikian, sebuah lembaga perbankan dengan sendirinya merupakan lembaga yang memiliki kemampuan untuk mengelola dana. Dalam kaitan dengan wakaf tunai, merupakan suatu alternatif yang patut dipertimbangkan dan dapat dipertanggung jawabkan kepada publik, khususnya kepada wakif.

c. Pengalaman, Jaringan Informasi dan Peta Distribusi

Sebagai pengelola dana untuk kemudian disalurkan kepada pihak tertentu, lembaga perbankan akan memiliki pengalaman, informasi serta data distribusi kemana dana tersebut dialirkan. Dalam praktek operasional selanjutnya, ketiga hal tersebut menjadi faktor yang akan

selalu dipertimbangkan di dalam mengoptimalkan pengelolaan dana. Jaringan informasi serta peta distribusi juga memungkinkan untuk terbentuknya *database* informasi mengenai sektor usaha maupun debitur yang akan dibiayai oleh dana wakaf.

Dalam kaitan dengan wakaf tunai, maka pengelolaan wakaf tunai oleh lembaga perbankan, tidak saja akan mengoptimalkan pengelolaan dana akan tetapi juga akan mengefektifkan penyaluran dana wakaf tunai sesuai dengan yang diinginkan oleh wakif.

d. Citra positif

Dengan adanya ketiga hal tersebut di atas yang menjadi faktor positif pada lembaga perbankan Syari'ah yang menjadi nazhir wakaf tunai, maka diharapkan akan menimbulkan citra positif pada gerakan wakaf tunai itu sendiri maupun pada perbankan Syari'ah pada khususnya. Selain itu adanya pengawasan dari Bank Indonesia (BI) akan menimbulkan akuntabilitas yang positif dari pengelolaan wakaf tersebut. Kemunculan citra positif tersebut dipandang penting, tidak saja untuk mensukseskan serta mengoptimalkan keberadaan wakaf tunai tersebut, akan tetapi juga sebagai upaya untuk menghindari citra yang kurang baik, seperti halnya yang terjadi pada pengelolaan wakaf pada umumnya.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Direktorat Pemberdayaan Wakaf, Panduan Pemberdayaan Tanah Wakaf Produktif Strategis Di Indonesia, (Jakarta : 2007), h. 37-58

## **J. Hambatan dan Tantangan Wakaf Tunai**

### **1. Paham Umat Islam Tentang Wakaf**

Pola pelaksanaan wakaf sebelum adanya UU No. 5 Tahun 1960 tentang : Peraturan Dasar Pokok Agraria dan Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 1977 tentang : Perwakafan Tanah Milik, masyarakat Islam Indonesia masih menggunakan kebiasaan-kebiasaan keagamaan, seperti kebiasaan melakukan perbuatan hukum perwakafan tanah secara lisan atas dasar saling percaya kepada seseorang atau lembaga tertentu, kebiasaan memandang wakaf sebagai amal shaleh yang mempunyai nilai mulia di hadirat Allah tanpa harus melalui prosedur administratif, dan harta wakaf dianggap milik Allah semata dan tidak akan pernah ada pihak yang berani mengganggu gugat.

Paham masyarakat Indonesia tersebut terlihat sangat lugu karena tingginya sikap jujur dan saling percaya antara satu dengan yang lain di masa-masa awal. Walaupun pada akhirnya nanti bisa menimbulkan persengketaan-persengketaan karena tiadanya bukti-bukti yang mampu menunjukkan bahwa benda-benda bersangkutan telah diwakafkan.

### **2. Jumlah Tanah Wakaf Strategis dan Kontroversi Pengalihan Wakaf untuk Tujuan Produktif**

Menurut data Departemen Agama terakhir terdapat kekayaan tanah wakaf di Indonesia sebanyak 403.845 lokasi dengan luas 1.566.672.406 M2. Dari total jumlah tersebut tidak seluruhnya berlokasi strategis secara ekonomis. Tanah perkebunan, sawah, ladang dan lain-lain yang



diwakafkan ternyata banyak yang mempunyai nilai ekonomis sangat minim.

Di samping kendala teknis tanah yang tidak strategis secara ekonomis, di dalam masyarakat kita masih terjadi pro-kontra pengalihan atau pertukaran tanah wakaf untuk tujuan yang produktif maupun pemanfaatannya.

Memang kendala pemahaman untuk mengalihkan tanah-tanah yang tidak strategis secara ekonomis dengan tanah-tanah atau sarana lain yang strategis secara ekonomis masih menjadi hambatan yang nyata. Hal ini bisa dimaklumi karena adanya pemahaman yang kuat dan mendalam bahwa wakaf merupakan harta yang bersifat abadi dimana kepemilikannya dikembalikan penuh kepada Allah sebagaimana dikembalikan kepada arti wakaf itu sendiri, yaitu harta yang 'berhenti' untuk Allah, sehingga apapun kondisi harta wakaf tersebut harus dibiarkan dan tidak boleh diubah-ubah oleh alasan apapun.

### **3. Banyaknya Tanah Yang Belum Bersertifikat**

Tanah wakaf yang mempunyai kepastian hukum ialah mempunyai syarat-syarat administrasi yang telah diatur oleh ketentuan PP No. 28/1977 serta peraturan pelaksanaannya, khususnya mempunyai sertifikat tanah. Tanah wakaf tersebut dapat dimanfaatkan sesuai dengan tujuan wakaf, serta dapat dikembangkan.

Sebaliknya, tanah wakaf yang tidak mempunyai persyaratan seperti ketentuan PP No. 28/1977, tidak mempunyai kepastian hukum. Sehingga

terdapat data-data tanah wakaf dimiliki orang lain yang tidak berhak, menjadi sengketa dan tidak dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

Memang ada kendala kenapa tanah wakaf di Indonesia sampai saat ini masih banyak yang belum mempunyai sertifikat tanah wakaf karena banyaknya tanah wakaf yang tidak mempunyai bukti perwakafan, seperti surat-surat yang memberikan keterangan bahwa tanah tersebut telah diwakafkan. Tanah wakaf yang tidak mempunyai bukti administratif tersebut karena banyak para wakif yang menjalankan tradisi lisan dengan kepercayaan yang tinggi jika akan mewakafkan tanahnya kepada Nazhir perorangan maupun lembaga, khususnya pelaksanaan wakaf sebelum PP No. 28 Tahun 1977.

Di samping faktor awal keengganan Wakif dalam pembuatan sertifikat wakaf, di lingkungan internal birokrasi sendiri, khususnya BPN terdapat beberapa kendala. Kendala utama adalah faktor pembiayaan administrasi proses sertifikasi wakaf yang belum memadai dari pihak pemerintah, khususnya Departemen Agama. Anggaran bantuan sertifikasi dari Departemen Agama memang selalu diajukan, namun karena keterbatasan anggaran Negara, sehingga belum mendapat alokasi dana yang memadai.

#### **4. Nazhir Wakaf Masih Tradisional-Konsumtif**

Salah satu hal yang selama ini menjadi hambatan riil dalam pengembangan wakaf di Indonesia adalah keberadaan nazhir (pengelola) wakaf yang masih tradisional. Ketradisionalannya nazhir dipengaruhi,

diantaranya:

- a. Karena masih kuatnya paham mayoritas umat Islam yang masih stagnan (beku) terhadap persoalan wakaf. Selama ini wakaf hanya diletakkan sebagai ajaran agama yang kurang memiliki posisi penting. Apalagi arus utama mayoritas ulama Indonesia lebih mementingkan aspek keabadian benda wakaf daripada aspek kemanfaatannya. Dari sinilah kemudian benda-benda wakaf tidak bisa dikembangkan secara lebih optimal.
- b. Rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) nazhir wakaf. Sebagaimana disebutkan di atas bahwa banyak para wakif yang disertai harta wakaf, lebih karena didasarkan pada kepercayaan kepada para tokoh agama seperti kyai, ustadz, tuan guru dan lain sebagainya, sedangkan mereka kurang atau tidak mempertimbangkan kualitas (kemampuan) manajerialnya, sehingga benda-benda wakaf banyak yang tidak terurus (terbengkelai).
- c. Lemahnya kemauan para nazhir wakaf juga menambah ruwetnya kondisi wakaf di tanah air. Banyak nazhir wakaf yang tidak memiliki militansi yang kuat dalam membangun semangat pemberdayaan wakaf untuk kesejahteraan umat. Naifnya lagi, diantara sekian banyak nazhir di tanah air ada yang justru mengambil keuntungan secara sepihak dengan menyalahgunakan peruntukan benda wakaf, seperti menyewakan tanah wakaf untuk bisnis demi kepentingan pribadi atau ada juga yang secara sengaja menjual dengan pihak

ketiga dengan cara yang tidak sah.

Padahal, kehadiran nazhir sebagai pihak yang diberikan kepercayaan dalam pengelolaan harta wakaf sangatlah penting, yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Walaupun para mujtahid tidak menjadikan nazhir sebagai salah satu rukun wakaf, namun para ulama sepakat bahwa *wakif* harus menunjuk nazhir wakaf yang mampu, baik yang bersifat perseorangan maupun kelembagaan (badan hukum). Pengangkatan nazhir wakaf yang mampu ini, bertujuan agar harta wakaf tetap terjaga dan terurus, sehingga harta wakaf itu tidak sia-sia. Mengingat salah satu tujuan wakaf ialah menjadikannya sebagai sumber dana yang produktif, tentu memerlukan nazhir yang mampu melaksanakan tugas-tugasnya secara profesional dan bertanggung jawab. Apabila nazhir tidak mampu melaksanakan tugas (kewajiban) nya, maka *Qadhi* (pemerintah) wajib menggantinya dengan tetap menjelaskan alasan-alasannya.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Direktorat Pemberdayaan Wakaf, Panduan Pemberdayaan Tanah Wakaf Produktif Strategis Di Indonesia, (Jakarta : 2007), h. 61-78