

Lembaga Pengelola Wakaf dan Manajemen *Fundraising*

Abdul Haris Naim

Institut Agama Islam Negeri Kudus

harisnaim869@gmail.com

Abstrak,

Dalam manajemen wakaf, kemandirian dan keberlanjutan nazir penting untuk menyalurkan hasil wakaf secara terus-menerus. Hal ini membutuhkan ketersediaan sumber daya/dana wakaf bagi nazir dengan cara mengembangkan model-model penggalangan sumber daya (*fundraising*) wakaf. Karena itu, tulisan ini bertujuan untuk mengkaji model *fundraising* wakaf melalui sumber-sumber konvensional, produktivitas aset wakaf dan *in-kind* wakaf pada lembaga wakaf. Dengan penelitian yang bersifat *deskriptif*, hasil tulisan ini menunjukkan bahwa lembaga wakaf menggunakan manajemen *fundraising* wakaf dengan mengembangkan model *resource fundraising* seperti metode penggalangan dari sumber-sumber konvensional baik secara langsung maupun tidak langsung dan model *grand fundraising* seperti penguatan program pemberdayaan pada penyaluran wakaf.

Kata Kunci: *Fundraising, Wakaf, Nazir.*

Pendahuluan

Dalam mengelola penggalangan sumber daya, penggunaan metode *fundraising* adalah sangat bervariasi dan seringkali berubah searah dengan peluang yang mudah untuk dikerjakan baik itu melalui individu maupun kelompok. Media yang biasa digunakan adalah majalah, *brosur*, *leaflet*, surat kabar, media elektronik, *special event* dan sebagainya. Ada juga dengan *open table* (gerai) pengumpul infak, sedekah, zakat dan wakaf, seperti acara penerimaan wali murid, membuat konter kecil, adanya pengajian dan acara Ramadhan. Sedangkan dari sumber perorangan bisa dikategorikan donatur rumah, lembaga atau organisasi perkantoran dan karyawan perusahaan. Sedangkan dilihat areanya bisa dari dalam negeri ataupun luar negeri, khusus luar negeri adalah para tenaga kerja Indonesia yang bekerja di Hongkong, Korea dan sebagainya. Penghimpunan sumber-sumber dana/daya termasuk wakaf sangatlah berkembang.

Sedangkan dalam mengelola pendayagunaan melalui divisi penyaluran atau pendayagunaan dana dalam program-program yang dilakukan adalah: bidang pendidikan dan yatim, bidang dakwah dan masjid, serta bidang kemanusiaan. Ketiga program penyaluran di atas dikonsentrasikan pada 5 bidang garap utama yaitu: 1)

meningkatkan kualitas pendidikan, 2) merealisasikan dakwah Islamiyah, 3) memakmurkan masjid, 4) memberikan santunan kepada yatim piatu, dan 5) menyalurkan bantuan kemanusiaan.

Berkaitan dengan ketersediaan sumber daya wakaf pada nazir itu, maka aktifitas *fundraising* (menggalang sumber daya) wakaf menjadi suatu keniscayaan. *Fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dan sumber daya lainnya seperti waqif/donatur dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah yang digunakan untuk mencapai misi atau tujuan lembaga wakaf (Juwaini, 2005: 4) dan juga bisa dimaknai sebagai menggalang waqif untuk mengembangkan usaha-usaha sosial (*social enterprise*) (Suparman, 2009). *Fundraising* juga berarti menjual ide, program, dan gagasan yang memberikan kemanfaatan kepada masyarakat penerima hasil wakaf. Akhirnya *fundraising* dapat menumbuhkan kepercayaan dan hubungan dengan masyarakat. Apabila sebuah nazir sudah mendapatkan citra positif dari masyarakat, maka keberlanjutan program nazir terus dapat bermanfaat. Karena itu, sangatlah tepat mengkaji nazir wakaf relasinya dalam menggalang sumber daya (*fundraising*) wakaf. Hal ini didasarkan beberapa pertimbangan, yaitu: Wakaf sebagai lembaga kedermawanan sosial Islam (infaq/sadaqah, zakat dan wakaf) bermisi untuk pelayanan sosial yang paling tua dibanding dengan lembaga yang sama, *fundraising* sebagai aktifitas utamanya, hasil sumber dana dan skala organisasi yang cukup besar.

Secara konseptual ada tiga kategori untuk menggalang sumber daya wakaf, yaitu: *pertama*, mengakses harta wakaf baik harta bergerak maupun tidak bergerak dari para waqif masyarakat. Mengingat dalam masyarakat terdapat sumber *mauquf* (harta wakaf) baik dari perorangan, institusi, pemerintah, bisnis atau perusahaan, yang pada intinya mengharapkan masyarakat untuk menjadi waqif. *Kedua*, menciptakan sumber dana/daya wakaf baru dari aset wakaf yang ada melalui produktivitas wakaf. *Ketiga* adalah mendapatkan keuntungan dari sumber daya wakaf non-moneter, seperti kerelawanan/volunter, barang peralatan/in kind, *brand image* lembaga nazir dan sebagainya.

Dari berbagai paparan di atas, maka tulisan ini berupaya menjawab permasalahan sebagai berikut: bagaimanakah metode dalam menggalang sumber

dana/daya (*fundraising*) wakaf melalui sumber-sumber konvensional, produktivitas aset wakaf dan *in-kind* wakaf?

Mengkaji tentang penggalangan sumber daya (*fundraising*) wakaf sangat urgen baik dari aspek teoretis maupun praksis. Secara teoretis, pengkajian model-model fundraising dalam konteks wakaf mendesak untuk dilakukan dalam konteks manajemen wakaf produktif. Secara praksis, aktifitas fundraising wakaf tidak bisa dipisahkan dengan nazir. Agar nazir dapat berfungsi secara terus menerus dan berkelanjutan, maka nazir sebagai sebuah organisasi ataupun lembaga pengelola wakaf membutuhkan upaya menggalang sumber-sumber wakaf agar minimal dapat bertahan hidup, dan selanjutnya meningkatkan kapasitas nazir dengan memperluas dan mengembangkan visi dan misinya sesuai dengan tujuan mulia wakaf, secara kelembagaan harus mampu memproduktifkan harta wakaf, mampu membangun landasan hubungan waqif dan para pendukung untuk mengembangkan nazir, dapat menciptakan organisasi nazir yang efektif dan kokoh dan tentunya mendapatkan *brand image* nazir yang baik untuk kemandirian dan keberlanjutan visi wakaf yaitu memberikan manfaat mengalir kepada para mustahiqnya.

penelitian dalam tulisan ini menggunakan *library research* dengan pendekatan kualitatif yang bersifat *deskriptif*, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat, keadaan, institusi tertentu atau untuk menentukan pola hubungan tertentu atas gejala dalam lembaga khususnya metode dan strategi model penggalangan sumber daya wakaf.

Substansi Wakaf

Norma Wakaf memiliki akar teologis yang kuat. Al-Qur'an, meskipun tidak menyebutkan secara eksplisit istilah wakaf, jelas mengajarkan urgensi kederewanan sosial untuk berbagai tujuan yang baik Dalam Al-Qur'an, istilah "wakaf" tidak dikenal, tetapi intinya adalah sebagai bagian dari suatu perbuatan berderma (philantropi), seperti konsep khair (al-Hajj, 22: 77), konsep infaq (al-Baqarah, 2: 267) dan birr (Ali 'Imran, 3: 97). Istilah "wakaf" dianggap semakna dengan *sadaqah jariyah*, *al-habs*, *tasbil* (Mubarak, 2008: 8-9). Ayat tersebut adalah :

• يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ارْكَعُوا وَاسْجُدُوا وَاعْبُدُوا رَبَّكُمْ وَافْعَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

- يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ
- لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Hadis Nabi dan praktik Sahabat menunjukkan bahwa wakaf sesungguhnya bagian dari inti agama Islam. Namun dalam perkembangannya, institusi wakaf tidak bisa dilepaskan dari dinamika sosial, ekonomi, budaya yang mengiringi perkembangan masyarakat Islam dari masa ke masa.

Wakaf dalam bentuk yang sederhana telah dipraktikkan para sahabat atas petunjuk Nabi. Salah satu yang menjadi dasar praktik wakaf pada masa awal Islam adalah hadis riwayat Ibn 'Umar. Hadis ini mengisahkan 'Umar Ibn Khattab mendapatkan sebidang lahan di daerah subur Khaibar dekat Makkah. 'Umar hendak bersedekah dengan lahan ini menanyakan kepada Nabi perihal niatnya tersebut, dan Nabi bersabda, "jika engkau bersedia tahan asalnya dan sedekahkan hasilnya". Diriwayatkan dengan berbagai redaksi yang hampir sama oleh Bukhari (1987:II/840), Muslim (III: 1255-1256), at-Tirmiz'i (II: 417, Abu Dawud (III: 116-117, Ibnu Majah (II: 801) dan an-Nasa'i (1420 H:VI/230-232), lebih lengkapnya lihat al-Baqi (2006:31), adapun redaksinya adalah:

حدثنا قتيبة بن سعيد حدثنا محمد بن عبد الله الأنصاري حدثنا ابن عون قال أنبأني نافع عن ابن عمر رضي الله عنهما : أن عمر بن الخطاب أصاب أرضا بخيبر فأتى النبي صلى الله عليه و سلم يستأمره فيها فقال يا رسول الله إني أصبت أرضا بخيبر لم أصب مالا قط أنفس عندي منه فما تأمر به ؟ قال (إن شئت حبست أصلها وتصدق بها) . قال فتصدق بها عمر أنه لا يباع ولا يوهب ولا يورث وتصدق بها في الفقراء وفي القربى وفي الرقاب وفي سبيل الله وابن السبيل والضيف لا جناح على من وليها أن يأكل منها بالمعروف ويطعم غير متمول . قال فحدثت به ابن سيرين فقال غير متائل مالا

Hadis Nabi di atas pada gilirannya menjadi landasan normatif dan doktrinal wakaf. Hadis itulah kemudian menjadi inti definisi wakaf yaitu menahan asal dan mengalirkan hasilnya. Perdebatan definisi wakaf dalam konteks mazhab fiqh dapat dilihat di beberapa referensi kontemporer (Al-Kabisi, 2004: 37-62; Zahra, 1971: 378). Begitu juga keberanjakan definisi wakaf dalam perundang-undangan di Indonesia (Mubarak, 2008: 12-13).

Adapun pemilihan makna ini, Al-Kabisi (2004: 61-62) mengungkapkan argumentasinya: *pertama*, makna wakaf di atas langsung dikutip dari hadis Nabi kepada 'Umar. Nabi adalah orang yang paling benar ucapannya dan yang paling sempurna penjelasannya dan yang paling mengerti akan sabdanya. *Kedua*, pemaknaan ini tidak ditentang oleh pendapat berbagai mazhab fiqh. Dan *ketiga*, makna ini hanya membatasi pada hakikat wakaf saja dan tidak mengandung perincian yang dapat mencakup definisi lain, seperti niat taqarrub kepada Allah, status kepemilikan, konteks waktu dan sebagainya.

Landasan hadis ini melahirkan minimal lima prinsip umum yang membentuk kerangka konseptual dan praktik wakaf. *Pertama*, bahwa kedudukan wakaf sebagai sedekah sunnah yang berbeda dengan zakat. *Kedua*, kelanggengan aset wakaf, sehingga harta wakaf tidak boleh diperjualbelikan, diwariskan maupun disumbangkan. *Ketiga*, keniscayaan aset wakaf untuk dikelola secara produktif. *Keempat*, keharusan menyedekahkan hasil wakaf untuk berbagai tujuan yang baik. *Kelima*, diperbolehkannya nazir mendapatkan bagian yang wajar dari hasil wakaf (Qahaf, 2004: 52-54).

Dalam konteks Indonesia dewasa ini sebagai UU No 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf Pasal 1 Ayat (1), wakaf didefinisikan sebagai perbuatan hukum wakif 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.

Hakikat wakaf dan definisi undang-undang yang lebih longgar di atas menunjukkan bahwa wakaf harus menghasilkan dan memberikan manfaat terus-menerus maka dibutuhkan fungsi-fungsi pengelolaan dan organisasi yang mandiri dan berkelanjutan. Karena itu, wakaf harus dikelola dengan manajemen yang baik dan manajemen fundraising dalam institusi wakaf merupakan kebutuhan awal yang tidak bisa ditawar lagi.

Manajemen Nazir Wakaf

Total Quality Management (TQM), atau di Indonesia lebih dikenal dengan istilah MMT (Manajemen Mutu Terpadu) adalah suatu konsep manajemen yang dikembangkan sebagai usaha peningkatan produktivitas serta peningkatan kualitas

barang/jasa harta wakaf (Ismanto, 2009: 58). TQM adalah pendekatan berorientasi pada pelanggan (calon waqif) yang memperkenalkan perubahan manajemen yang sistematis dan perbaikan terus-menerus terhadap proses, produk dan pelayanan suatu organisasi. Proses TQM bermula dari pelanggan (calon waqif) dan berakhir pada pelanggan (calon waqif) pula. Proses TQM memiliki *input* yang spesifik (keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan (calon waqif)), mentransformasi (memproses) *input* dalam organisasi untuk memproduksi barang atau jasa wakaf yang pada gilirannya, memberikan kepuasan kepada pelanggan (*output*).

Hakekat TQM sebenarnya adalah filosofi dan budaya kerja organisasi (*philosophy of management*) yang berorientasi pada kualitas. Tujuan yang akan dicapai dalam organisasi termasuk nazir wakaf adalah memenuhi atau bahkan melebihi apa yang dibutuhkan (*needs*) dan yang diharapkan atau diinginkan oleh pelanggan (*waqif dan muqif 'alaih*).

Prinsipnya, TQM adalah suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi lembaga pengelola wakaf melalui perbaikan terus-menerus atau produk jasa, manusia, proses dan lingkungannya.

Dalam konteks *fundraising* wakaf misalnya, salah satu komponen TQM yang bersinggungan langsung adalah fokus pada kepuasan calon waqif dan selalu menjaga pengelolaan kualitas proses. Fungsi yang bersinggungan langsung dengan calon waqif biasa dikenal dengan aspek pemasaran (*marketing*) berkenaan dengan sisi permintaan-relasi dengan para waqif (*demand side*), sedangkan fungsi produksi/operasi berurusan dengan penciptaan program-program *fundraising* wakaf yang menghasilkan (*supply side*) (Handoko, 1994: 1).

Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai bagi masyarakat serta mengelola relasi masyarakat sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi organisasi dan para *stakeholdernya*. Untuk menggalang dana atau sumber daya wakaf, perlu kemampuan pemasaran dan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip pemasaran juga. Manajemen pemasaran sering terkenal dengan *marketing mix* sebagai 5 P, yaitu: *planning* (perencanaan), *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi).

Manajemen produksi/operasi, Handoko (1994: 3) mendefinisikannya sebagai serangkaian komponen yang fungsinya adalah mengubah seperangkat masukan menjadi pengeluaran yang diinginkan. Masukan menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan keluaran. Keluaran mencakup barang dan jasa yang diinginkan oleh organisasi. Artinya proses pengubahan/transformasi *input* menjadi *output* untuk menambah nilai atau manfaat lebih. Proses produksi berarti proses kegiatan yang berupa: pengubahan fisik, memindahkan, meminjamkan dan menyimpan. Manajemen produksi/operasi merupakan usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya-sumber daya (faktor produksi: nazir, modal, teknologi, peralatan dan lainnya) dalam proses transformasi dari *input* menjadi produk wakaf seperti program wakaf. Jika dihubungkan antara konsep produksi/operatif pengelolaan wakaf secara umum dan khususnya fundraising wakaf yang dilakukan oleh para nazir, adalah transformasi dari pengelolaan fundraising wakaf yang alami menjadi lebih profesional untuk menciptakan dan meningkatkan penghasilan atau menambah manfaat (Mubarok, 2008 : 15).

Sebagai lembaga philantropi Islam, lembaga wakaf mempunyai visi menjadi organisasi pengelola zakat, infak, sedekah dan wakaf nasional terpercaya yang selalu mengutamakan kepuasan donatur (calon waqif) dan mustahiq (*Mauquf 'alaih*). Adapun misinya adalah: *pertama*, memberikan pelayanan prima kepada donatur melalui program-program layanan donatur yang didukung oleh jaringan kerja yang luas, sistem manajemen yang rapi serta SDM yang amanah dan profesional. *Kedua*, melakukan kegiatan pendayagunaan dana yang terbaik dengan mengutamakan kegiatan pada sektor pendidikan, dakwah, yatim, masjid, dan kemanusiaan untuk menunjang peningkatan kualitas dan kemandirian umat. *Ketiga*, memberikan keuntungan dan manfaat yang berlipat bagi donatur.

Sedangkan paradigma organisasi lembaga wakaf adalah: *pertama*, kemampuan dalam mendayagunakan dana secara amanah & profesional, sehingga menghimpun dana adalah konsekuensinya dan pendayagunaan dana dilaksanakan secara syar'i, efisien, efektif & produktif. *Ketiga*, program-program pendayagunaan dana harus tepat sasaran, tepat guna dan *multiplier effect* hingga menimbulkan shadaqah jariyah bagi para donatur. *Keempat*, harus mampu merakit segenap potensi, kompetensi, fasilitas & otoritas donatur & masyarakat baik terkait dengan aktivitas penghimpunan dana maupun aktivitas pendayagunaan dana. *Kelima*, setiap

sektor didesain untuk menjadi model yang layak dan mudah ditiru oleh lembaga manapun. Indikator utamanya adalah setiap direktorat menjadi rujukan utama masyarakat dalam beraktivitas di bidang tersebut. *Keenam*, harus mampu menembus batas-batas sektarian dan primordialisme dalam menjalankan misi kasih sayang bagi seluruh semesta.

Adapun sistem manajemen lembaga wakaf adalah: *pertama*, sistem manajemen dibuat untuk menjamin karyawan agar senantiasa berada pada puncak ketulusan dan profesionalisme (*sincerity & professionalism*) saat bekerja hingga mampu mencapai *the outstanding results* tiap menunaikan tugas. *Kedua*, dalam membangun sistem manajemen direktorat pendayagunaan dana, peran donatur yang ahli (*expert*) di bidangnya menjadi sentral. Setiap sektor melakukan *benchmarking* kepada institusi-institusi donatur dan jejaring. *Ketiga*, manajemen lembaga wakaf juga melakukan proses promosi, proyeksi dan nominasi SDM di level manajerial dan direksi. *Keempat*, pengelolaan direktorat pendayagunaan dana dan penghimpunan dana dibuat dalam boarding terpisah. Sehingga struktur dan SDM terutama level manajer dan direksi dapat berfungsi optimal.

Secara lebih spesifik paradigma program lembaga wakaf adalah: *pertama*, program-program lembaga wakaf berorientasi pada masyarakat (*market orientation*). Karena itu program-program *fundraising* lembaga wakaf berorientasi pada donatur (*donors orientation*), sedangkan program-program pendayagunaan dana berorientasi pada dhuafa (*poor orientation*). *Kedua*, tiap direktorat harus punya data yang banyak dan akurat tentang bidangnya masing-masing. *Ketiga*, lembaga wakaf terus menerus memastikan bahwa program-program marketing & layanan donatur sesuai dengan keinginan donatur. *Keempat*, lembaga wakaf juga selalu memastikan bahwa program-program pendayagunaan dana bisa menjadi *problem solver* dari sebagian permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat. *Kelima*, perencanaan dan pelaksanaan program di setiap direktorat lembaga wakaf sebisa mungkin berada di dalam koridor syar'i, amanah dan profesional. *Keenam*, Agar dapat efisien, efektif & produktif, maka integralitas & sinergisitas antar program di setiap direktorat menjadi penting.

Bentuk *Fundraising* pada Lembaga Wakaf.

Fundraising tidak identik hanya dengan menghimpun dana semata. Ruang lingkungannya begitu luas dan mendalam, pengaruhnya sangat berarti bagi eksistensi dan pertumbuhan sebuah lembaga. Oleh karenanya, tidak begitu mudah untuk memahami ruang lingkup *fundraising*. Untuk memahaminya terlebih dahulu dibutuhkan pemahaman tentang substansi *fundraising* tersebut. Substansi *fundraising* dapat diringkas kepada tiga hal, *Pertama* yaitu motivasi, adalah serangkaian pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan dan alasan-alasan yang mendorong calon wakif untuk mengeluarkan sebagian hartanya. Dalam kerangka fundraising, nazir harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan pada calon wakif, untuk melakukan kegiatan wakaf atau yang berhubungan dengan pengelolaan wakaf. *Kedua*, adalah program wakaf, yaitu kegiatan dari implementasi visi dan misi lembaga perwakafan (nazir) yang jelas sehingga masyarakat yang mampu tergerak untuk melakukan perbuatan wakaf atau yang terkait dengan perwakafan. Dalam hal ini, nazir dapat mengembangkan program wakaf dengan siklus fundraising, yaitu membuat kasus program wakaf, melakukan riset segmentasi calon wakif, menentukan kira-kira teknik yang digunakan untuk menggalang sumber daya wakaf tersebut dan terakhir melakukan pemantuan secara menyeluruh baik proses, efektifitas maupun hasilnya. *Ketiga*, adalah metode *fundraising*, yaitu pola bentuk atau cara-cara yang dilakukan oleh sebuah nazir dalam rangka menggalang dana/daya wakaf dari masyarakat. Metode *fundraising* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi masyarakat penerima dan wakif (Juwaini, 2005: 5; Suparman: 2009).

Adapun yang dimaksud metode atau teknik *fundraising* sebagaimana substansi *fundraising* yang ketiga di atas adalah suatu bentuk kegiatan yang khas yang dilakukan oleh nazir dalam rangka menghimpun dana/daya dari masyarakat. Metode ini pada dasarnya dapat dibagi kepada dua jenis, yaitu *Pertama*, metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*), yaitu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi wakif secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon wakif bisa seketika (langsung) dilakukan. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung. *Kedua*, *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*), yaitu suatu metode yang

menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi waqif secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon waqif seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi daya/dana wakaf pada saat itu. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *advertorial*, *image campaign* dan penyelenggaraan event, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi, dan mediasi para tokoh, dan lainnya.

Adapun tujuan *fundraising* ada lima hal, yaitu: *Pertama*, menghimpun dana/daya wakaf adalah merupakan tujuan *fundraising* yang paling mendasar. *Kedua*, menambah calon waqif, menambah populasi waqif. Nazir yang melakukan *fundraising* harus terus menambah jumlah donatur/waqifnya. *Ketiga*, aktifitas *fundraising* yang dilakukan oleh nazir, baik langsung atau tidak langsung akan berpengaruh terhadap citra lembaga. *Fundraising* adalah garda terdepan yang menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi ini akan membentuk citra lembaga dalam benak masyarakat. *Keempat*, menjalin simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi waqif. *Kelima*, dari *fundraising* adalah memuaskan waqif. Tujuan ini adalah tujuan yang tertinggi dan bernilai untuk jangka panjang, meskipun dalam pelaksanaannya kegiatannya secara teknis dilakukan sehari-hari. Cara ini dapat dilakukan misalnya, menyalurkan hasil wakaf sebagaimana amanat waqif dan secara komunikatif waqif bisa diajak untuk langsung terjun menyaksikan penyaluran manfaat wakafnya dalam suatu acara yang dirancang nazir (Suparman, 2009; Juwaini, 2005: 5-6).

Seperti diketahui, nazir dalam mengembangkan manajemen wakaf secara umum, harus memperhatikan tiga tahapan penting yaitu tahapan pengumpulan atau penghimpunan sumber wakaf (*resource management*), tahapan pengelolaan aset wakaf yang diterima (*asset management*), dan tahapan pendayagunaan atau pemanfaatan hasil wakaf (*grand management*). Artinya, pengembangan fundraising dalam tahapan pengelolaan dan pemanfaatan wakaf menjadi perhatian juga.

Mekanisme kerja *fundraising* wakaf dimaknai bahwa setiap tahapan/pola manajemen wakaf (yaitu: tahapan daya penghimpunan harta wakaf, daya pengelolaan, daya penyaluran guna/manfaat wakaf) dikombinasikan dengan aktivitas *fundraising* sehingga dapat memenuhi inti dari *fundraising* yaitu

menghasilkan dan produktif baik secara finansial maupun non-finansial. Implikasinya, nazir harus mengembangkan model *fundraising* wakaf secara komprehensif dan teramu (ramuan *fundraising* wakaf) dari mengumpulkan sumber dana wakaf, mengelolanya, dan memanfaatkannya. Aktivitas *fundraising* wakaf tidak dipisahkan dalam tahapan manajemen wakaf, tidak hanya ketika mengumpulkan atau menghimpun sumber daya wakaf saja tetapi juga ketika mengelola aset wakaf, dan memberdayakan penyaluran manfaat wakaf. Secara operasional mekanisme kerja *fundraising* wakaf bisa dijabarkan sebagai berikut:

1. Dalam konteks menghimpun sumber daya wakaf, *fundraising* wakaf melakukan daya galang yang inovatif dengan strategi menggalang harta wakaf yang beragam dari sumber wakaf yang beragam pula (*resource fundraising*).
2. Dalam konteks mengelola harta wakaf, *fundraising* wakaf menggalang dana/daya wakaf dengan mencipta dana/daya baru dari harta wakaf yang ada (*earned income wakaf*) yaitu berupa aset wakaf dengan daya kelola yang produktif dan tentu berkelanjutan sehingga aset wakaf dapat berkembang sehingga menghasilkan (*asset fundraising*).
3. Dalam konteks mendayagunakan harta wakaf, *fundraising* wakaf menggalang dana/daya wakaf ketika mendayagunakan hasil wakaf kepada mustahiq wakaf dengan kerja-kerja pemberdayaan dan pengembangan daya *maukuf* 'alaih (*grand fundraising*).

Apabila ramuan *fundraising* wakaf ini berlangsung dengan baik, maka memberikan *brand image* yang positif dan bagi nazir wakaf, sehingga akan memberikan respon positif dari masyarakat atau calon-calon wakif untuk berwakaf kepada nazir tersebut. Siklus ini akan berulang sehingga nazir menjadi mandiri dan berkelanjutan programnya sebagaimana idealitas wakaf.

Capaian mekanisme kerja manajemen *fundraising* wakaf di atas dapat dilakukan dengan pengembangan model-model *fundraising* wakaf yang *inovatif* dan produktif sebagai berikut:

1. Mengembangkan model *resource fundraising*. Dalam konteks ini, selain model penggalangan yang bersifat konvensional dari masyarakat, inovasi gerakan wakaf uang/tunai dan menggali sumber daya/dana wakaf dari perusahaan maupun hibah pemerintah pusat atau daerah menjadi penting untuk digagas.

2. Mengembangkan model *asset fundraising* yang bersifat produktif maupun intermediasi dengan menggalang sumber daya wakaf melalui pengembangan usaha dan aset wakaf dengan berbagai variasi dan ragamnya. Seperti: ragam kerjasama syariah, properti, perdagangan atau produksi dan sebagainya.
3. Mengembangkan *grand fundraising* yang bersifat pemberdayaan kepada *mauquf 'alaih* (penerima manfaat wakaf) dengan menggalang sumber daya wakaf melalui investasi sosial, kewiraswastaan sosial dan usaha sosial artinya di samping hasil wakaf disalurkan kepada mustahiqnya di sisi yang bersamaan penyaluran wakaf ini juga menghasilkan.
4. Menggalang harta wakaf yang bersifat *in kind wakaf* (Ismoyo & Abidin, 2006) yaitu mengkapitalisasi harta wakaf non-finansial seperti, barang atau materi peralatan, kerelawanan, tenaga profesional, jasa layanan dan sebagainya.

Simpulan

Manajemen fundraising wakaf antara lain dengan mengembangkan model *resource fundraising* seperti metode penggalangan dari sumber-sumber konvensional baik secara langsung maupun tidak langsung dan model *grand fundraising* dengan metode penguatan program pemberdayaan pada penyaluran wakaf. Sedangkan dalam pengembangan model *asset fundraising* (produktifitas aset), dan *in-kind* wakaf juga dapat dikembangkan.

Daftar Pustaka

- Al-Kabisi, Muhammad Abid Abdullah., 2004, *Hukum Wakaf*, Jakarta: IIMaN Press.
- Handoko, T Hani., 1994, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hasanah, Uswatun., "Potret Filantropi Islam di Indonesia", dalam Thaha, Idris (ed)., *Berderma untuk Semua: Wacana dan Praktek Filantropi Islam*, Jakarta: PBB UIN Jakarta dan FF.
- ., "Wakaf Produktif Untuk Kesejahteraan dalam Perspektif Hukum Islam di Indonesia", *Pidato Pengukuhan Guru Besar*, Universitas Indonesia, 6 April 2009.

- Iswoyo, Setyo & Hamid Abidin, 2006, *In Kind Fundraising*, Jakarta: Piramedia.
- Juwaini, Ahmad., 2005, *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*, Jakarta: Piramedia.
- Mubarok, Jaih., 2008, *Wakaf Produktif*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nadjib, A Tuti & Ridwal Al-Makassary., 2006, *Wakaf, Tuhan, dan Agenda Kemanusiaan*, Jakarta: CSRS UIN Jakarta.
- Nasution, Mustafa Edwin & Uswatun Hasanah (Ed)., *Wakaf Tunai Inovasi Finansial Islam*, Jakarta: PSTTI UI.
- Qahaf, Mundzir, 2007, *Manajemen Wakaf Produktif*, Jakarta: Khalifa, dalam edisi aslinya: 2006, *Al-Waqf al-Islami Tataw wuruhu, Idaratuhu, Tanmiyatuhu*, Dimasyq Syurriah: Dar al-Fikr.
- Suparman., “Strategi Fundraising Wakaf Uang”, dalam *Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*, Vol. II, No. 2, April 2009, 13-30.
- Zahra, Muhammad Abu., 1971, *Muhadarah fi al-Waqf*, Beirut: Dar al-Fikr al-‘Arabi.
- Undang-undang No.41 Tahun 2004 tentang Wakaf.