

Optimizing Waqf Literacy Through Digital Media

Optimalisasi Literasi Wakaf melalui Media Digital

Anggita Nurcahyani^{1✉}, Syaeful Bahri², Efi Syarifudin³

¹Universitas Darunnajah, Jakarta, Indonesia

^{2,3}Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin, Banten, Indonesia

✉ anggita.nurcahyani@darunnajah.ac.id

Received: 05-07-2024

Revised: 23-05-2024

Accepted: 26-05-2024

ABSTRACT

Indonesians still have a very low level of waqf literacy. It is necessary to address the issue of the public's ignorance of effective waqf administration. This research aims to examine the usage of digital media as a medium to improve waqf literacy in Indonesian society. In qualitative approach, literature studies gather reference sources from books, scientific journals, research papers, and other documents. Why is waqf literacy critical? Because of its significant impact on social and economic development. Waqf has a considerable influence on public life. The community's awareness of waqf will influence their decision to endow, resulting in benefits for many parties. Waqf institutions must engage more creatively as the world becomes more modern. Digital media as relevant technology is employed to promote community waqf literacy. The online interaction of individuals allows more extensive communication of helpful content regarding waqf, particularly to the productive age generation. Waqf institutions are responsible for reaching the collection goal and raising public awareness about the need to implement Islamic values.

Keywords: *digitalization, literation, waqf*

ABSTRAK

Masyarakat Indonesia masih memiliki tingkat literasi wakaf yang rendah. Penting untuk mengatasi masalah ketidaktahuan publik tentang administrasi wakaf yang efektif. Studi ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media digital sebagai media untuk meningkatkan literasi wakaf masyarakat Indonesia. Metode kualitatif digunakan dengan menggunakan studi kepustakaan mengumpulkan



sumber referensi dari buku, artikel ilmiah, laporan riset, dan berbagai karya tulis lainnya. Mengapa literasi wakaf begitu penting? Sebab memiliki pengaruh yang besar bagi pembangunan sosial dan ekonomi. Wakaf memiliki peran yang penting bagi kehidupan publik. Pemahaman masyarakat tentang wakaf akan mempengaruhi keputusan mereka untuk berwakaf sehingga akan memberikan kebermanfaatan untuk banyak pihak. Perkembangan zaman yang semakin modern menuntut lembaga wakaf untuk mensosialisasikan wakaf lebih kreatif. Sarana yang tepat digunakan untuk meningkatkan literasi wakaf masyarakat yaitu memanfaatkan media digital. Kebiasaan masyarakat berinteraksi secara online menjadi peluang untuk menyebarkan konten informatif tentang wakaf lebih luas terutama pada generasi usia produktif. Lembaga wakaf memiliki tanggungjawab mencapai target penghimpunan dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menjalankan ajaran Islam.

Kata kunci: digitalisasi, literasi, wakaf

PENDAHULUAN

Era Revolusi Industri 4.0 berpengaruh terhadap gaya hidup dan cara berpikir manusia secara fundamental. Pada era ini ada fenomena yang disebut “disrupsi” yaitu adanya perubahan secara cepat dalam segala kegiatan manusia. Tentu bukan saja dalam bidang teknologi, tetapi yang lainnya juga seperti politik, sosial, dan ekonomi.¹ Disrupsi menjadi bagian dari Revolusi Industri yaitu karena dampak dari adanya transformasi digital dan otomatisasi pencatatan disemua bidang.²

Pengguna yang memiliki kesadaran digital cenderung akan melakukan transformasi digital dalam segala aktivitas kesehariannya. Inovasi dan kreativitas merupakan tahapan yang sangat dibutuhkan dalam produk digital. Bukan hanya bertujuan untuk meningkatkannya saja tetapi juga merupakan dukungan terhadap metode tradisional.³

Transformasi digital juga memberi pengaruh pada sektor filantropi Islam. Manusia sebagai bagian dari peradaban zaman harus bisa beradaptasi dengan digitalisasi. Adaptasi perlu dilakukan karena jika tidak akan menyebabkan

¹ Banu Prasetyo dan Umi Trisyanti, “Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Perubahan Sosial,” dalam Strategi Pembangunan Nasional Menghadapi Revolusi Industri 4.0,” dalam *SEMATEKSOS* 3, 2018.

² Saeful Anwar, “Revolusi Industri 4.0 Islam dalam Merespon Tantangan Teknologi Digitalisasi,” *At-Tuhfab: Jurnal Studi Keislaman* 8, no. 2 (2019).

³ Rahmawati dkk., “Transformasi Digital Wakaf BWI dalam Menghimpun Wakaf di Era Digitalisasi,” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 4, no. 2 (2021).

kepunahan. Apalagi jika melihat kehidupan saat pandemi masyarakat ketergantungan masyarakat terhadap penggunaan internet meningkat.⁴

Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) mempublikasikan laporan Profil Internet Indonesia 2022 yang rilis pada bulan Juni. Berdasarkan hasil survei APJII diperoleh bahwa pengguna Internet di Indonesia pada 2022 berjumlah 210 juta jiwa dari total populasi 272 jiwa penduduk Indonesia. Dengan tingkat penetrasi berdasarkan pulau sebagai berikut:

Tabel 1. Tingkat Penetrasi Pengguna Internet

No	Pulau	Penetrasi
1	Sumatera	76,62%
2	Jawa	78,39%
3	Bali	68,47%
4	Nusa Tenggara	68,48%
5	Kalimantan	79,09%
6	Sulawesi	75,05%
7	Maluku	69,74%
8	Papua	68,03%

Sumber: APJII, 2022.

Dapat dilihat bahwa penyebaran pengguna internet antar pulau di Indonesia jumlahnya sangat besar dan perlu dimanfaatkan untuk perkembangan filantropi Islam. Salah satu aktivitas filantropi Islam adalah wakaf. Saat ini lembaga ZISWAF harus mampu beradaptasi dengan zaman digitalisasi. Tujuannya adalah agar tidak mengalami ketertinggalan serta dapat mengoptimalkan kinerja lembaga terutama pada penghimpunan dana.⁵

Indonesia sebagai negara dengan populasi masyarakat Muslim terbesar di dunia memiliki potensi wakaf yang sangat besar namun belum dikembangkan secara optimal khususnya untuk mengatasi kemiskinan. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan sebagai upaya pengentasan kemiskinan yaitu dengan partisipasi aktif dari pihak non-pemerintah dalam hal ini masyarakat. Apabila masyarakat dapat dikoordinasikan untuk memberdayakan wakaf dan dikelola dengan baik, maka hal ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pembangunan.⁶

Pengelolaan wakaf di Indonesia pada awalnya hanya dilakukan secara pribadi saja, tidak ada pengelolaan khusus dari lembaga tertentu atau di luar

⁴ Nadya Kharima, Fauziah Muslimah, dan Aninda Dwi Anjani, "Strategi Filantropi Berbasis Media Digital," *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial* 10, no. 1 (2021).

⁵ Efi Syarifudin, *Digitalisasi Sedekah: Peluang dan Tantangan Lembaga Zakat* (Serang: Visi Intelektual, 2021), <http://repository.uinbanten.ac.id/12185/>.

⁶ Nurul Huda dan dkk, *Ekonomi Pembangunan Islam* (Jakarta: Kencana, 2015).

campur tangan pemerintah. Tidak ada aturan khusus dari pemerintah mengenai pengelolaan, pemeliharaan aset wakaf, bahkan belum ada hukum tertulis mengenai tata cara masyarakat ketika ingin berwakaf. Namun di era modern saat ini aturan mengenai wakaf sudah sangat jelas bahkan disusun perundang-undangan secara khusus.⁷

Melalui pengesahan rancangan Undang-undang Wakaf menjadi Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf semakin mendukung pelaksanaan Wakaf di Indonesia. Hadirnya undang-undang tersebut menjadi harapan yang positif untuk pemberdayaan ekonomi umat dalam kepentingan beribadah dan sarana sosial lainnya.⁸

Namun, walaupun sudah ada peraturan yang mengatur perwakafan dalam praktiknya tidak semudah itu untuk taat pada UU yang berlaku. Termasuk kecenderungan pengelolaan wakaf secara pribadi tanpa menggunakan manajemen yang baik hingga saat ini masih banyak ditemukan di lapangan. Akhirnya menyebabkan banyak aset wakaf yang belum tercatat resmi di Badan Wakaf Indonesia (BWI) dan akan bermasalah dari sisi produktivitasnya. Salah satu penyebabnya adalah minimnya pemahaman dan literasi masyarakat mengenai pengelolaan wakaf secara produktif.⁹

Wakif dan Nadzir masih memahami mekanisme wakaf secara tekstual. Hal tersebut berdampak pada terhambatnya pengelolaan wakaf secara produktif sebab sudut pandang tradisional yang berasumsi bahwa aset wakaf hanya bisa digunakan untuk kegiatan sosial saja.¹⁰

Pada 2020 BWI melakukan survei mengenai literasi wakaf dengan menggunakan pengukuran Indeks Literasi Wakaf (ILW). Hasilnya nilai yang diperoleh masih rendah yaitu 50,48. Nilai tersebut diperoleh dari rincian sebagai berikut:

⁷ Itang dan Iik Syakhabyatin, "Sejarah Wakaf di Indonesia," *Tazkiya Jurnal Keislaman, Masyarakatan & Kebudayaan* 18, no. 2 (2017).

⁸ Ananto Triwibowo, "Penerapan Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance dalam Pengelolaan Wakaf Tunai pada Badan Wakaf Uang Tunai MUI Yogyakarta," *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah* 4, no. 1 (2020).

⁹ BWI, "MUI Ungkap Penyebab Capaian Wakaf di Indonesia Belum Maksimal," Badan Wakaf Indonesia (blog), 2023, <https://www.bwi.go.id/8854/2023/06/06/mui-ungkap-penyebab-capaian-wakaf-di-indonesia-belum-maksimal-2/>.

¹⁰ Fieska Chairunissa, Zainal Berlian, dan Heri Junaidi, "Literasi Wakaf Tunai pada Polis Asuransi AXA Mandiri Syariah di Palembang," *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains* 10, no. 1 (2021).

Tabel 2. Nilai Indeks Literasi Wakaf Per-Dimensi

No	Dimensi/Variabel	Skor	Kategori
1.	Pemahaman dasar tentang wakaf	57,67	Rendah
2.	Pemahaman lanjutan tentang wakaf	37,97	Rendah
3.	Indeks Literasi Wakaf	50,48	Rendah

Sumber: BWI, 2020

Berdasarkan data tersebut secara regional yang memperoleh nilai tertinggi adalah Provinsi Gorontalo yaitu 73,74. Sedangkan Provinsi Riau mendapatkan nilai paling rendah dengan skor 36,24. Hasil yang diperoleh dari pengukuran ILW dapat menjadi acuan bagi lembaga wakaf untuk membuat kebijakan penghimpunan dan pendistribusian wakaf di setiap daerah.

Kemenag RI membuat 5 (lima) langkah strategis sebagai upaya meningkatkan literasi wakaf nasional, melalui: (1) Penyuluh dan Kantor Urusan Agama; (2) Sosial Media; (3) Melalui nazhir; (4) Lembaga Pendidikan; (5) Majelis taklim dan Ormas.¹¹

Dapat dilihat salah satu dari kelima strategi adalah pemanfaatan sosial media. Sosial media merupakan produk dari digitalisasi yang saat ini sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Dampak positif dari media sosial yaitu memudahkan seseorang untuk berinteraksi dengan banyak orang secara cepat dengan biaya yang relatif murah.¹² Oleh karena itu walaupun disatu sisi memiliki dampak negatif, namun tidak dapat dipungkiri penggunaan sosial media memberikan peluang terutama pada efektivitas penyebaran informasi dan peningkatan literasi.

Beberapa peneliti terdahulu sudah melakukan kajian tentang memanfaatkan media digital pada lembaga filantropi Islam. Brilianty & Muhtadi (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Literasi Zakat untuk Pemberdayaan Muzakki Melalui Platform Digital (Studi Kasus di LAZISMU Menteng, Jakarta Pusat)”. Menurut penulis pemahaman literasi Zakat akan mempengaruhi penghimpunan dana zakat. Pada penelitiannya menuliskan bahwa LAZISMU membuat konten ceramah para ulama dan sosialisasi seputar tentang wakaf yang disebarakan melalui media sosial. Strategi tersebut ternyata mampu memicu kesadaran umat Islam untuk melaksanakan perintah yang dianjurkan oleh agama.¹³

¹¹ A Z S Mubarak, “Literasi Wakaf Uang Berbasis Masjid,” *Jurnal Bimas Islam* 14, no. 1 (2021).

¹² Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia,” *Publiciana* 9, no. 1 (2016), <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>.

¹³ Vista Marchena Brilianty dan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, “Literasi Zakat untuk Pemberdayaan Muzakki Melalui Platform Digital (Studi Kasus di LAZISMU Menteng, Jakarta Pusat)” 4, no. 2 (2022).

Asmar & Yuanita (2022) melakukan kajian yang berjudul “Strategi Dakwah dalam Digitalisasi ZISWAF di Era Pandemi”. Kemunculan pandemi ternyata banyak mengubah kebiasaan masyarakat terutama dalam penggunaan teknologi. Hal itu juga yang dilakukan oleh lembaga filantropi Islam di Indonesia. Digitalisasi ZISWAF adalah inovasi yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi tertentu untuk menghimpun dana secara digital. Tentunya diperlukan kesadaran juga bagi masyarakat untuk mau menyalurkan sebagian hartanya untuk kepentingan umat. Media digital dapat digunakan sebagai strategi dakwah yang ternyata berdampak juga pada literasi masyarakat.¹⁴

Penulisan artikel ini bertujuan untuk membahas bagaimana penggunaan media digital dapat digunakan sebagai sarana literasi wakaf dikalangan masyarakat. Sebab pemahaman dan literasi masyarakat berpengaruh terhadap peningkatan pengelolaan wakaf.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif disebut juga sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah.¹⁵ Tujuan dilakukan penelitian secara deskriptif kualitatif adalah mendeskripsikan fenomena yang berada pada lingkungan kehidupan manusia dan fokus pada karakteristik serta keterkaitan antar teori.¹⁶

Pendekatan yang digunakan yaitu metode kepustakaan sebab mengumpulkan data referensi dari buku, artikel ilmiah, laporan riset, dan berbagai karya tulis lainnya untuk mendapatkan jawaban dari masalah yang ingin dikaji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Urgensi Literasi Wakaf bagi Pembangunan Sosial dan Ekonomi

Wakaf menurut Kemenag RI yaitu penyerahan sebagian harta benda milik Wakif untuk kepentingan umat. Harta benda yang sudah diwakafkan dapat dimanfaatkan untuk keperluan ibadah atau kesejahteraan lainnya sesuai dengan syariah. Tempo waktu untuk memanfaatkan harta wakaf dapat untuk selamanya

¹⁴ Afidatul Asmar dan Lira Yuanita, “Strategi Dakwah Dalam Digitalisasi Ziswaf di Era Pandemi,” *Journal of Islamic Management* 2, no. 2 (6 Juli 2022): 68–95, <https://doi.org/10.15642/jim.v2i2.996>.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

¹⁶ Destiani Putri Utami dkk., “Iklim Organisasi Kelurahan Dalam Perspektif Ekologi,” *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 12 (2021), <https://doi.org/10.47492/jip.v1i12.536>.

atau dalam periode tertentu. Wakaf, dalam Bahasa syariah bermakna membaktikan harta kepada Allah Yang Mahakuasa. Harta akan mengalir dari pemberi wakaf kepada milik Allah, tetapi hasil atas manfaatnya dibaktikan kepada orang miskin, orang sakit, perantau, atau yang lainnya yang dikenal oleh Islam.¹⁷

Harta yang diwaqafkan ialah harta yang memiliki manfaat terus menerus dan dapat digunakan oleh penerima wakaf secara produktif. Seperti Umar bin Al-Khattab *radhiyallahu ‘anhu* ketika menerima kebun kurma. Beliau mendapatkan saran dari Rasulullah *shallallahu `alaibi wa sallam* untuk mewakafkan kebun kurma itu, agar tiap kali panen hasilnya bisa disedekahkan kepada orang-orang yang membutuhkan. Setiap manfaat yang dirasakan oleh penerimanya akan sejalan dengan pemberian pahala dari Allah. Selama masih bisa dimanfaatkan harta itu, maka selama itu pula pahalanya akan mengalir.¹⁸

Terdapat dua dimensi dalam pelaksanaan wakaf, yaitu dimensi spiritual dan dimensi sosial ekonomi. Pertama, arti dari dimensi spriritual yakni umat Islam yang berwakaf adalah sebagai bentuk ibadah dan bukti ketaatan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala*. Wakaf berbeda dengan sedekah pada umumnya, sebab manfaat dan dampaknya bagi wakif ialah pahalanya yang terus mengalir. Kedua pada dimensi sosial ekonomi yaitu karena dalam pelaksanaannya akan memberikan kesejahteraan kepada manusia.¹⁹

Pelaksanaan wakaf juga merupakan bagian dari sistem ekonomi islam terkait dengan pemerataan ekonomi. Dalam QS. Fussilat ayat 10, dijelaskan bahwa kebutuhan hidup bagi semua makhluk sudah Allah siapkan. Berbagai makanan dan minuman sudah tersedia di bumi. Allah tidak akan membiarkan makhluknya kelaparan. Tetapi pada pendistribusianya tidak selalu adil. Selalu ada kesenjangan antara manusia yang kaya dan miskin. Oleh karena itu lembaga wakaf memiliki peran dalam menghapus kemiskinan dan kesengsaraan, sehingga terciptalah distribusi kekayaan yang merata.²⁰

Aset wakaf perlu dikelola secara produktif sebab memiliki peran sebagai instrumen pembangunan ekonomi islam. Wakaf memberikan manfaat fiskal

¹⁷ Muhammad Sharif Chaudhry, “Sistem ekonomi Islam : Prinsip Dasar,” trans. oleh Suherman Rosyidi, 2016.

¹⁸ Ahmad Sarwat, *Fiqih Waqaf* (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018).

¹⁹ Dharma Satyawana, Achmad Firdaus, dan Bayu Taufiq Possumah, “Analisis Strategi Pengelolaan Wakaf Produktif di Indonesia,” *Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen* 5, no. 2 (2019), <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v5i2.1712>.

²⁰ Chaudhry, “Sistem ekonomi Islam : Prinsip Dasar.”

karena digunakan untuk kepentingan publik.²¹ Sehingga literasi masyarakat mengenai wakaf merupakan hal penting dan harus ditingkatkan agar masyarakat mengerti bahwa dengan berwakaf mampu memberikan dampak yang besar untuk orang banyak. Selain itu masyarakat akan memiliki kesadaran sosial karena secara bersamaan menyalurkan dana pribadi walaupun dengan nominal yang kecil tetapi ketika dikumpulkan jumlahnya akan menjadi besar dan lebih luas lagi manfaatnya. Sesuai dengan prinsip gotong-royong di Indonesia yang bertujuan untuk kesejahteraan bersama.

Definisi umum mengenai literasi wakaf dan zakat belum ditemukan dalam kajian kontekstual dan tekstual. Namun jika disesuaikan dengan makna literasi pada umumnya, literasi wakaf adalah kemampuan seseorang dalam memahami informasi tentang wakaf dan berdampak pada keinginan dirinya untuk melakukan wakaf. Sehingga literasi bukan hanya untuk memahami ilmu pengetahuan tetapi juga mampu mengubah perilaku seseorang.²²

Upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dalam berwakaf perlu dilakukan sinergis antar lembaga wakaf, tokoh masyarakat, dan pemerintah. Ketiga elemen tersebut perlu membuat strategi untuk mensosialisasikan terkait wakaf mulai dari pengetahuan dasar.²³ Sebab wakaf dapat dijadikan sebagai instrumen keuangan publik sebagaimana dalam praktiknya wakaf memiliki kontribusi yang besar bagi perdaban dunia.

Beberapa negara sudah menunjukkan keberhasilannya dalam mengelola wakaf untuk pembangunan ekonomi. Mesir sebagai negara muslim berhasil mengelola harta wakaf melalui *Wizārah al-Anqāf* (Kementerian Wakaf). Aset wakaf yang hingga saat ini memberikan kontribusi kepada masyarakat yaitu Universitas Al-Azhar. Universitas Al-Azhar juga memiliki aset wakaf produktif yang dikelola untuk beberapa rumah sakit, pemberdayaan yayasan wakaf Salah Kamil, pengelolaan Al-Azhar Conference Center (AAC), serta pengelolaan taman Al-Azhar. Mahasiswa mendapatkan manfaat dari pengelolaan wakaf diantaranya yaitu fasilitas sarana dan prasarana, kegiatan riset, dan melangsungkan studi secara gratis.²⁴

²¹ Siska Lis Sulistiani, Deden Mulyadi, dan Agi Sukma Gumilar, "Literasi Wakaf Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran Berwakaf Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 3 (2021).

²² Baznas, *Indeks Literasi Zakat* (Jakarta: Puskas BAZNAS, 2019).

²³ Astika Rahma Ghanny dan Nur Fatwa, "Indeks Literasi Wakaf Generasi Milenial," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 4, no. 1 (2021), [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).6884](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).6884).

²⁴ Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, "Wakaf sebagai Instrumen Ekonomi Pembangunan Islam," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2711>.

Selanjutnya adalah Turki yang mendirikan Waqf Bank & Finance Corporation untuk memobilisasi dana wakaf. Pengelolaan wakaf di Turki dilakukan oleh Direktorat Jenderal Wakaf yang memberikan tiga jenis pelayanan untuk masyarakat yaitu: kesehatan, pendidikan, dan sosial. Pelayanan kesehatan berupa wakaf-wakaf rumah sakit, pelayanan pendidikan diberikan melalui pembangunan sekolah, pemberian gaji guru, beasiswa untuk murid, kemudian pelayanan sosial diberikan melalui berbagai kegiatan sosial.²⁵

Singapura sebagai negara sekuler juga memiliki keberhasilan dalam mengelola wakaf. Majelis Ulama Islam Singapura (MUIS) adalah lembaga yang bertanggungjawab membangun paradigma wakaf produktif di Singapura. Aset wakaf dikelola secara produktif oleh perusahaan manajemen aset wakaf yaitu Warees Investment yang didirikan oleh MUIS. Sekitar 60% dari surplus pengelolaan aset wakaf disalurkan untuk perawatan 69 masjid di Singapura. Sebagian lainnya untuk pendidikan dan kepentingan kemanusiaan.²⁶

Pengelolaan wakaf secara produktif juga berhasil dilakukan di Indonesia. Badan Wakaf Indonesia (BWI) bersama dengan Kementerian Keuangan, Kementerian Agama dan Bank Indonesia (BI) menerbitkan instrumen Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS) sebagai inovasi pengembangan keuangan sosial islam. Aset wakaf yang sudah beroperasi dari pengelolaan CWLS yaitu Rumah Sakit Achmad Wardi menyediakan layanan berobat mata. Tujuan pendirian RS. Achmad Wardi untuk mewujudkan National Retina Center. Akad yang dilakukan pada instrument CWLS yaitu para wakif memberikan kupon Sukuk Negara kemudian manajemen rumah sakit memberikan layanan operasi mata gratis kepada pasien sebagai mauquf 'alaih. Kedepannya rumah sakit mata berbasis wakaf akan didirikan di seluruh pelosok Indonesia agar kebermanfaatannya semakin tersebar luas.²⁷

Urgensi Literasi Wakaf bagi Pembangunan Sosial dan Ekonomi

Peningkatan literasi wakaf pada masyarakat dapat menggunakan media digital sebagai sarana dakwah. Definisi dakwah secara luas yaitu usaha mengajak individu lainnya untuk mau menjalankan syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari. Adapun dakwah dalam konteks penggunaan digital yaitu untuk

²⁵ Abdurrohman Kasdi, "Dinamika Pengelolaan Wakaf di Negara-Negara Muslim," *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf* 4, no. 1 (2017), <http://dx.doi.org/10.21043/ziswaf.v4i1.3032>.

²⁶ Alaidin Koto dan Wali Saputra, "Wakaf Produktif di Negara Sekuler: Kasus Singapura dan Thailand," *Sosial Budaya* 13, no. 2 (2016).

²⁷ Erlita Nurma Wati, Moh Badrus Sholeh, dan Muhammad Heru Akhmadi, "Pemanfaatan Imbal Hasil Cash Waqf Linked Sukuk," *El Dinar* 10, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.18860/ed.v10i1.13380>.

mengembangkan sumber daya manusia, mengatasi kemiskinan dan keterbelakangan.²⁸

Dakwah dapat menggerakkan orang untuk melakukan amal sholeh salah satunya dengan mengeluarkan sebagian hartanya untuk diwakafkan. Sehingga kegiatan-kegiatan dakwah dapat dijadikan bagian dari upaya agar masyarakat berwakaf wakaf.²⁹

Perkembangan internet memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dakwah Islam. Internet dengan perangkat teknologi nya yang menggunakan sistem *Artificial Intelligence* digunakan sebagai media alternatif oleh umat islam untuk menyampaikan informasi seputar agama. Akses keterbukaan dan kemudahan pada internet menjadi daya tawar untuk mngenalkan Islam di dunia. Dakwah yang disebarkan melalui internet bukan saja untuk umat muslim tetapi juga kalangan non-muslim. Daya jangkau penggunaan internet yang luas dinilai mampu menjadi media dakwah yang efektif dan efisien dalam hal waktu dan kecepatan penyampaian informasi.³⁰

Informasi yang disebarkan melalui media digital akan secara cepat diterima oleh masyarakat. Dakwah untuk saat ini tidak lagi dilakukan secara konvensional seperti masjid, tetapi juga dilakukan melalui internet. Masyarakat sudah sangat sibuk dengan kegiatannya yang membuat mereka tidak sempat untuk menonton televisi apalagi membaca koran. Memang kedua media tersebut dulu sangat dibutuhkan masyarakat tapi tidak lagi saat era digitalisasi. Sehingga mereka lebih mengutamakan menggunakan internet untuk memperoleh informasi.³¹

Berdasarkan uraian-uraian disebutkan bahwa wakaf adalah bagian dari ajaran Islam. Sehingga sudah menjadi suatu keharusan bagi lembaga wakaf untuk melakukan strategi dakwah kepada masyarakat menggunakan media digital. Masyarakat yang masih minim pemahamannya mengenai wakaf baik dari segi konsep dan manajemen akan terbantu jika secara konsisten mengikuti konten dakwah yang dibuat oleh lembaga wakaf.

²⁸ Nur Asiah, "Peranan Media Sosial sebagai Media Dakwah," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 9, no. 1 (2019).

²⁹ Hendi Suhendi, M. Fauzi Arif, dan N. Sausan M. Sholeh, "Strategi Peningkatan Penghimpunan Wakaf Melalui Kegiatan Dakwah Di Pesantren Baitul Hidayah," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa* 18, no. 3 (2021), <https://doi.org/10.29313/performa.v18i3.7755>.

³⁰ Ridwan Rustandi, "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam," *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2019), <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>.

³¹ Asiah, "Peranan Media Sosial sebagai Media Dakwah."

Berikut ini merupakan dua tahapan awal saat yang dapat dilakukan lembaga wakaf dengan digitalisasi untuk meningkatkan pemahaman dan literasi wakaf di masyarakat:³²

a. *Attention*

Melalui tahapan ini masyarakat akan melihat konten wakaf yang sudah dibagikan melalui berbagai media digital. Tentu sesuai dengan tujuan dibuat konten yaitu diharapkan isi pesan yang disampaikan mampu tersampaikan dengan baik, bahkan bukan hanya dilihat sepintas tetapi juga diperhatikan oleh banyak orang. Melalui teori ini pengukuran efektif atau tidaknya penyampaian informasi melalui seberapa jauh masyarakat melihat pesan yang disampaikan, baik secara visual dan narasi.

Tahapan *attention* adalah ini langkah utama bagi badan pengelola wakaf sebagai sarana informatif kepada wakif dan calon wakif. Lembaga wakaf perlu membuat konten yang kreatif dalam bentuk gambar, video, atau bahkan film pendek yang dapat disampaikan mengenai konsep, keutamaan, dan cara pengelolaan wakaf agar produktif.

b. *Interest*

Ketertarikan masyarakat terkait penggunaan produk dan jasa yang dilihatnya melalui internet dikategorikan sebagai tahap *Interest*. Media digital dapat digunakan sebagai alat komunikasi melalui konten yang dipromosikan dan menimbulkan ketertarikan seseorang untuk berwakaf berkelanjutan (loyalitas). Masyarakat bukan hanya paham mengenai wakaf tetapi juga pada tahap ini harus mampu mempengaruhi perilaku mereka.

Pemanfaatan media digital sebagai sarana untuk meningkatkan literasi wakaf dapat menjangkau masyarakat lebih luas lagi, bukan hanya untuk orang tua tetapi juga pada generasi di usia produktif. Sehingga sosialisasi wakaf yang pada umumnya dilakukan secara sederhana akan lebih efektif jika melalui media digital seperti memanfaatkan sosial media sebagai platform digital yang penggunaannya secara online.³³ Berdasarkan laporan Global Digital 2022, tiga sosial media yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Lembaga wakaf dapat memaksimalkan

³² Zulfikri Zulfikri, "Digital Marketing Communication Dalam Penghimpunan Zakat Di Indonesia," *Jurnal I-Philanthropy: A Research Journal On Management Of Zakat and Waqf* 2, no. 1 (2022): 1–8, <https://doi.org/10.19109/iph.v2i1.12927>.

³³ Siska Lis Sulistiani, Deden Mulyadi, dan Agi Sukma Gumilar, "Literasi Wakaf Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran Berwakaf Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 3 (2021).

penggunaan tiga sosial media tersebut untuk menyebarkan konten informatif terkait wakaf.

Sebagaimana poin-poin pembahasan diatas mengenai peluang penggunaan media digital untuk literasi wakaf, tentu disisi lain juga ada tantangan yang harus dihadapi. Berikut merupakan tantangan digitalisasi yang harus dilalui oleh lembaga ZISWAF, antara lain:³⁴

a) Transformasi internal yaitu adanya *shifting management*

Penggunaan media digital bukan hanya menghadapi digital culture di masyarakat saja, tapi juga secara internal di lembaga itu sendiri. Bukan hanya pada perubahan struktur bahkan pada beberapa divisi mungkin akan terjadi perubahan kultur dan hubungan antar personal. Komunikasi internal kelembagaan ikut berubah seiring waktu. Informasi antar divisi akan lebih cepat tersampaikan dengan adanya media sosial yang bisa diakses oleh semua tim dalam organisasi. Transformasi internal juga terjadi dengan budaya kerja organisasi, terutama dengan pola kerja generasi digital yang indikator kinerjanya lebih terukur dengan output dan kontribusi dibandingkan ketatnya jam kerja.

b) Investasi SDM yang memiliki *digital skill*

Lembaga membutuhkan tenaga muda yang memiliki *digital culture* dan digital lebih baik dari generasi sebelumnya. Mengingat saat ini kalangan masyarakat sudah sadar akan digital minded, sehingga tentu harus disesuaikan dengan trend yang berkembang di masyarakat. Tim media harus dibentuk secara khusus yang dapat memproduksi konten video dan grafis yang lebih soft dan “kekinian” dan harus cepat melaporkan kegiatan-kegiatan kepada publik.

c) Agar membuat konten yang mudah diterima masyarakat dan tidak melanggar hak cipta dibutuhkan supporting SDM yang memahami risiko dan etika dalam pembuatan konten-konten kampanye digital. Kemudian, tim pada divisi lain pun harus bisa membantu mendapatkan gambar yang baik sebagai laporan dan kampanye publik.

d) Penguatan infrastruktur dan jaringan kelembagaan

Infrastruktur pendukung yang baik sangat dibutuhkan guna mendukung transformasi digital. Dibutuhkan biaya yang tidak sedikit jika harus membuat channel sendiri. Oleh sebab itu dibutuhkan kerjasama yang baik dengan membangun jaringan antar komunitas.

³⁴ Syarifudin, *Digitalisasi Sedekah: Peluang dan Tantangan Lembaga Zakat*.

KESIMPULAN

Permasalahan wakaf yang terjadi dikalangan masyarakat dipengaruhi oleh rendahnya literasi tentang wakaf sehingga berdampak pada keputusan berwakaf. Masyarakat masih beranggapan bahwa wakaf harus menggunakan aset tetap seperti tanah yang nilainya tinggi dan mereka belum mampu untuk melakukannya. Padahal wakaf dapat dilakukan dengan nominal yang tidak terlalu besar namun memiliki kebermanfaatannya bagi publik.

Rendahnya literasi tentang wakaf menjadi problematika yang harus diselesaikan oleh berbagai pihak yaitu bukan hanya lembaga wakaf tetapi juga tokoh masyarakat dan pemerintah. Strategi yang dapat mengoptimalkan literasi wakaf adalah menggunakan media digital berbasis internet. Transformasi digital memberikan dampak pada sektor lembaga keuangan sosial islam. Lembaga perlu melakukan *shifting management* secara internal untuk menghadapi *digital culture* dengan mempersiapkan SDM yang memiliki keahlian digital. Strategi yang dilakukan dalam memanfaatkan media digital adalah dengan membuat konten edukasi tentang wakaf melalui sosial media. Jenis konten dapat berupa teks, gambar, dan audio visual. Sebab, pemanfaatan media digital secara maksimal sebagai sarana literasi wakaf akan berdampak pada keputusan masyarakat dalam berwakaf.

REFERENSI

- Anwar, Saeful. "Revolusi Industri 4.0 Islam dalam Merespon Tantangan Teknologi Digitalisasi." *At-Tuhfab: Jurnal Studi Keislaman* 8, no. 2 (2019).
- APJII. "Profil Internet Indonesia 2022," 2022.
- Asiah, Nur. "Peranan Media Sosial sebagai Media Dakwah." *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 9, no. 1 (2019).
- Asmar, Afidatul, dan Lira Yuanita. "Strategi Dakwah Dalam Digitalisasi Ziswaf di Era Pandemi." *Journal of Islamic Management* 2, no. 2 (2022): 68–95. <https://doi.org/10.15642/jim.v2i2.996>.
- . "Strategi Dakwah Dalam Digitalisasi Ziswaf di Era Pandemi." *Journal of Islamic Management* 2, no. 2 (6 Juli 2022): 68–95. <https://doi.org/10.15642/jim.v2i2.996>.
- Baznas. *Indeks Literasi Zakat*. Jakarta: Puskas BAZNAS, 2019.
- Brilianty, Vista Marchena, dan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. "Literasi Zakat untuk Pemberdayaan Muzakki Melalui Platform Digital (Studi Kasus di LAZISMU Menteng, Jakarta Pusat)" 4, no. 2 (2022).

- Brilianty, Vista Marchena, dan Muhtadi. "Literasi Zakat untuk Pemberdayaan Muzzaki Melalui Platform Digital (Studi Kasus di LAZISMU Menteng, Jakarta Pusat)." *IMEJ: Islamic Management and Empowerment Journal* 4, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.18326/imej.v4i2.163-178>.
- BWI. "Laporan Hasil Survey Indeks Literasi Wakaf 2020." Jakarta: Badan Wakaf Indonesia, PUSKAZ BAZNAS, Kemenag RI, 2020. <https://www.bwi.go.id/wp-content/uploads/2020/05/LAPORAN-SURVEY-LITERASI-WAKAF-NASIONAL-TAHUN-2020.pdf>.
- . "MUI Ungkap Penyebab Capaian Wakaf di Indonesia Belum Maksimal." *Badan Wakaf Indonesia* (blog), 2023. <https://www.bwi.go.id/8854/2023/06/06/mui-ungkap-penyebab-capaian-wakaf-di-indonesia-belum-maksimal-2/>.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia." *Publiciana* 9, no. 1 (2016). <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>.
- Chairunissa, Fieska, Zainal Berlian, dan Heri Junaidi. "Literasi Wakaf Tunai pada Polis Asuransi AXA Mandiri Syariah di Palembang." *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains* 10, no. 1 (2021).
- Chaudhry, Muhammad Sharif. "Sistem ekonomi Islam : Prinsip Dasar." Diterjemahkan oleh Suherman Rosyidi, 2016.
- Fuadi, Nasrul Fahmi Zaki. "Wakaf sebagai Instrumen Ekonomi Pembangunan Islam." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2711>.
- . "Wakaf sebagai Instrumen Ekonomi Pembangunan Islam." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (31 Juli 2018). <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2711>.
- Ghanny, Astika Rahma, dan Nur Fatwa. "Indeks Literasi Wakaf Generasi Milenial." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 4, no. 1 (2021). [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).6884](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).6884).
- Itang, dan Iik Syakhabyatin. "Sejarah Wakaf di Indonesia." *Tazkiya Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan & Kebudayaan* 18, no. 2 (2017).
- Kasdi, Abdurrohman. "Dinamika Pengelolaan Wakaf di Negara-Negara Muslim." *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf* 4, no. 1 (2017). <http://dx.doi.org/10.21043/ziswaf.v4i1.3032>.
- Kharima, Nadya, Fauziah Muslimah, dan Aninda Dwi Anjani. "Strategi Filantropi Berbasis Media Digital." *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial* 10, no. 1 (2021).

- Koto, Alaidin, dan Wali Saputra. "Wakaf Produktif di Negara Sekuler: Kasus Singapura dan Thailand." *Sosial Budaya* 13, no. 2 (2016).
- Mubarok, A Z S. "Literasi Wakaf Uang Berbasis Masjid." *Jurnal Bimas Islam* 14, no. 1 (2021).
- Nurul Huda, dan dkk. *Ekonomi Pembangunan Islam*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Prasetyo, Banu, dan Umi Trisyanti. "Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Perubahan Sosial," dalam Strategi Pembangunan Nasional Menghadapi Revolusi Industri 4.0." Dalam *SEMATEKSOS 3*, 2018.
- Rahmawati, H Thamrin, S Guntoro, dan S Kurnialis. "Transformasi Digital Wakaf BWI dalam Menghimpun Wakaf di Era Digitalisasi." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 4, no. 2 (2021).
- Rustandi, Ridwan. "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam." *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>.
- Sarwat, Ahmad. *Fiqih Waqaf*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018.
- Satyawan, Dharma, Achmad Firdaus, dan Bayu Taufiq Possumah. "Analisis Strategi Pengelolaan Wakaf Produktif di Indonesia." *Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen* 5, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v5i2.1712>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suhendi, Hendi, M. Fauzi Arif, dan N. Sausan M. Sholeh. "Strategi Peningkatan Penghimpunan Wakaf Melalui Kegiatan Dakwah Di Pesantren Baitul Hidayah." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa* 18, no. 3 (2021). <https://doi.org/10.29313/performa.v18i3.7755>.
- Sulistiani, Siska Lis, Deden Mulyadi, dan Agi Sukma Gumilar. "Literasi Wakaf Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran Berwakaf Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 3 (2021).
- . "Literasi Wakaf Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran Berwakaf Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 3 (2021).
- Syarifudin, Efi. *Digitalisasi Sedekah: Peluang dan Tantangan Lembaga Zakat*. Serang: Visi Intelegensia, 2021. <http://repository.uinbanten.ac.id/12185/>.
- Triwibowo, Ananto. "Penerapan Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance dalam Pengelolaan Wakaf Tunai pada Badan Wakaf Uang Tunai MUI Yogyakarta." *Tapis : Jurnal Penelitian Ilmiah* 4, no. 1 (2020).

- Utami, Destiani Putri, Dwi Melliani, Fermim Niman Maolana, Fitriana Marliyanti, dan Asep Hidayat. "Iklim Organisasi Kelurahan Dalam Perspektif Ekologi." *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 12 (2021). <https://doi.org/10.47492/jip.v1i12.536>.
- Wati, Erlita Nurma, Moh Badrus Sholeh, dan Muhammad Heru Akhmadi. "Pemanfaatan Imbal Hasil Cash Waqf Linked Sukuk." *El Dinar* 10, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.18860/ed.v10i1.13380>.
- Zulfikri, Zulfikri. "Digital Marketing Communication Dalam Penghimpunan Zakat Di Indonesia." *Jurnal I-Philanthropy: A Research Journal On Management Of Zakat and Waqf* 2, no. 1 (2022): 1–8. <https://doi.org/10.19109/iphi.v2i1.12927>.