

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemiskinan menjadi permasalahan di setiap peradaban manusia. Seiring perkembangan peradaban kehidupan manusia mengalami banyak perubahan yang mengakibatkan timbulnya masalah-masalah baru yang secara tidak langsung membuat manusia melakukan inovasi pada pendekatan-penyelesaian permasalahan tersebut. Kemiskinan bukan satu-satunya masalah yang dihadapi manusia pada abad ke 21 ini, di era kemajuan teknologi dan informasi ini ternyata angka kematian akibat dari penyakit obesitas lebih banyak ketimbang busung lapar. Artinya kekayaan berlebih atau penumpukan kekayaan secara berlebihan dan hidup berlebihan juga menjadi penyebab baru permasalahan yang dihadapi manusia.¹

Dalam islam instrumen yang tepat untuk digunakan sebagai alternatif pengentasan kemiskinan dengan mendorong orang yang memiliki kelebihan harta untuk mendistribusikannya kepada kaum *mustad'afin* adalah zakat, infak, sedekah dan wakaf. Menurut Akram Khan mengutip dari Hilman Latif bahwa strategi islam untuk memerangi kemiskinan adalah dengan cara berorientasi pada pengembangan kapasitas produktif dari masyarakat melalui pendidikan dan pelatihan keterampilan.²

¹ Yuval Noah Harari. *Homo Deus: Masa Depan Umat Manusia*. (Tangerang Selatan: PT Pustaka Alvabet. 2018) hlm. 6

² Hilman Latif. *Melayani Umat: Filantropi Islam dan Ideologi Kesejahteraan Kaum Modernis*.(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2010) hlm 122

Selain zakat yang memiliki potensi besar pengentasan kemiskinan di Indonesia, wakaf menjadi salah satu opsi dalam pengembangan kapasitas masyarakat apalagi jika wakaf dikelola dan diberdayakan secara produktif. Menurut data Badan Wakaf Indonesia saat ini luas tanah wakaf di Indonesia mencapai 4,9 Miliar m³ yang tersebar di 355.111 titik dengan total nilai asset sekitar Rp. 2.000 Triliun. Sedangkan potensi wakaf uang di Indonesia mencapai Rp 180 Triliun. Dengan potensi dan total asset sebesar itu jika dikelola dan dioptimalkan secara baik berpotensi secara signifikan dalam upaya pemerataan distribusi kesejahteraan rakyat.

Perkembangan teknologi dan informasi hari ini telah banyak mengubah aktifitas manusia khususnya dalam bidang ekonomi. Masuknya revolusi industri 4.0 mendorong penggunaan internet kedalam aktifitas ekonomi masyarakat dengan harapan terciptanya efektifitas. Menurut data BPS tahun 2016 pengguna internet di Indonesia mencapai 25,37%. Kemudian pada tahun 2017 jumlah rumah tangga yang memiliki akses internet mencapai 57,33%.³ Sedangkan menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) per-2018 mengungkapkan bahwa 171,17 juta jiwa atau 64,8% masyarakat Indonesia sudah bisa mengakses internet.⁴

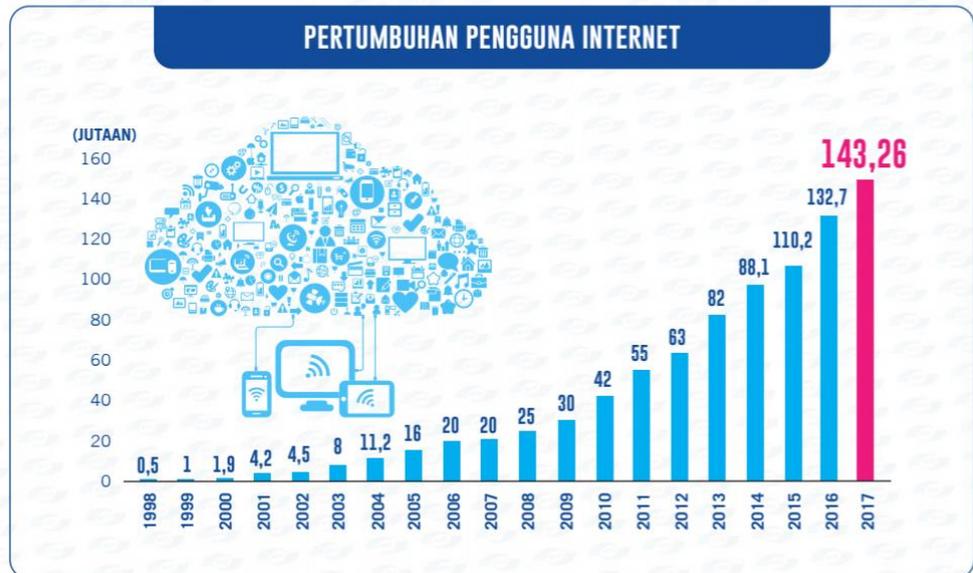
³

Melalui

situs:

www.bps.go.id/publication/2018/11/30/e0597f06233100ccdab076c1/statistik-telekomunikasi-indonesia-2017. Pada tanggal 5 Juli 2019

⁴ Melalui situs: www.apjii.or.id/survei2018s/kirimlink. Pada Tanggal 5 Juli 2019.



GAMBAR 1 1
DATA PERTUMBUHAN PENGGUNA INTERNET

Sumber: Data pertumbuhan pengguna internet Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Penetrasi dan perkembangan pengguna internet di Indonesia yang terus mengalami tren naik secara signifikan dari tahun 1998 sampai tahun 2017 merubah pola para pelaku bisnis dalam mempromosikan produk dan jasanya, dari cara-cara seperti promosi melalui media cetak, papan reklame, banner, radio dan televisi berubah menjadi menggunakan media sosial, website dan aplikasi. Hal ini juga dilakukan oleh NGO dan badan sosial lainnya untuk mempromosikan *movementnya* kepada masyarakat luas terutama dalam pengumpulan dana (fundraising).⁵

⁵ Aditya Wardhana. *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. (ISBN : 978-602-17225-4-1. Telkom University. 2015) hlm. 327

Fundraising adalah proses pengumpulan dana dan sumber daya lainnya dalam menciptakan sinergi program untuk pemberdayaan masyarakat.⁶ Fundraising tidak hanya berfokus pada pengumpulan dana saja melainkan terdapat proses mempengaruhi individu, masyarakat, perusahaan dan sejenisnya yang berarti terdapat nilai-nilai edukasi, ajakan, serta dorongan untuk mendukung sebuah program baik secara langsung (*direct fundraising*) ataupun tidak langsung (*indirect fundraising*).⁷

Ditengah arus digitalisasi industri yang merambah pada sektor finansial seperti sekarang ini metode fundraising banyak dilakukan secara online melalui website, aplikasi smartpone dan media sosial. Sasaran dari model fundraising ini adalah masyarakat pengguna internet yang tersebar secara luas di Indonesia. Model fundraising ini banyak dikenal dengan *Crowdfunding*.

Badan Wakaf Salman ITB merupakan salah satu Badan Pengelola Wakaf di Kota Bandung. Sebagai badan yang bergerak pada bidang kemanusiaan Badan Wakaf Salman ITB yang didirikan dibawah Yayasan Pembina Masjid Salman ITB ini sudah berkomitmen dengan upaya pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan khususnya di Kota Bandung. Terbukti dengan digulirkannya pembangunan komplek wakaf Rumah Sakit Salman Hospital dan Masjid Salman Al-Rasyidi, wakaf Kompleks Pendidikan Khairina di Cimenyan, wakaf Sarana Prasarana Masjid Salman

⁶ Abdul Ghofur. *Tiga Kunci Fundraising: Sukses Membangun Badan Nirlaba*.(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.2018) hlm

⁷ Ibid. hlm 122

ITB, wakaf Rumah Pelopor, wakaf Masjid Syekh Ajlin Gaza Palestina, dan wakaf Masjid Lautze-2.

Salah satu program Badan Wakaf Salman yaitu pembangunan kompleks wakaf Rumah Sakit Salman Hospital sangat berpotensi menghadirkan akses kesehatan bagi masyarakat di Kabupaten Bandung. Dengan jumlah penduduk 3.418 juta jiwa. Fasilitas kesehatan berupa rumah sakit di Kabupaten Bandung masih *over capacity*. Hingga saat ini, Rumah Sakit di Kabupaten Bandung hanya mampu menyediakan kurang lebih 950 tempat tidur. Sementara menurut standar WHO Kabupaten Bandung masih membutuhkan 3.470 unit tempat tidur pasien rawat inap. Proyek sosial yang dicetuskan pada tahun 2016 ini membutuhkan dana Rp 100.000.000.000.⁸

Dalam rangka penghimpunannya, Badan Wakaf Salman ITB menggunakan beberapa strategi fundraising untuk menunjang pendanaan program Komplek RS Salman Hospital ini. Yaitu, layanan jemput wakaf, dimana tim jemput wakaf salman ITB akan menjemput dana wakaf dari wakif baik perorangan maupun lembaga dengan minimal wakaf sebesar Rp. 1.000.000 untuk wilayah Bandung. Kemudian ada layanan wakaf dengan scan *QR Code* melalui aplikasi GoPay, LinkAja, Go Mobile dan OVO. Lalu ada layanan wakaf digital melalui platform *crowdfunding* Kitabisa.com, dan juga platform *e-commerce* yaitu Bukalapak dan Tokopedia.⁹

⁸ Melalui situs: www.Kitabisa.com/Wakafsalmanhospital pada tanggal 2 Juli 2019

⁹ Melalui Situs: www.wakafsalmanitb.org pada tanggal 23 Oktober 2019

Strategi fundraising tersebut digunakan pada semua program yang ada di Badan Wakaf Salman ITB. Akan tetapi, sebuah program dapat dikatakan berhasil jika program tersebut dapat mendorong organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁰ Sejak awal peluncuran program wakaf RS Salman Hospital pada tahun 2016 sampai memasuki semester ke 2 tahun 2019 program ini baru sampai pada tahap pemasangan tiang pancang.¹¹ Kemudian pada website Kitabisa.com sebagai salah satu pihak yang bekerjasama dengan Badan Wakaf Salman ITB sebagai penyedia jasa *Crowdfunding* program Wakaf RS Salman Hospital baru memperoleh dana sebesar Rp. 543.933.467 atau 27% dari Rp. 2 Miliar target dana yang dihimpun website Kitabisa.com dengan waktu yang disediakan tersisa 168 Hari dari tanggal peluncuran kerjasama 10 Mei 2018. Sedangkan tujuan utama dari program wakaf RS Salman Hospital adalah tersedianya pelayanan kesehatan yang memadai di Kabupaten Bandung yang harus segera terealisasi mengingat kebutuhan masyarakat yang mendesak. Hal ini juga berkaitan dengan harapan wakif yang ingin membantu program wakaf ini. Permasalahan tersebut akan berdampak juga pada kepuasan wakif dan kepercayaan akan kinerja nazhir yakni Badan Wakaf Salman ITB.

Dari studi pendahuluan yang telah penulis lakukan, penulis tertarik melakukan penelitian pada yang berfokus pada strategi fundraising dengan *crowdfunding donation based* atau layanan wakaf digital Badan Wakaf

¹⁰ Hessel Nogi S. Tangkilisan. Manajemen Publik. (Jakarta: PT Grasindo.2005) hlm 138

¹¹ Hasil wawancara dengan Ibu Sahidah Domahti selaku staff marketing Badan Wakaf Salman ITB (pada 15 juli 2019 pukul 11.00 WIB)

Salman ITB. Kemudian terdapat beberapa permasalahan yang diidentifikasi berdasarkan pada strategi fundraising wakaf berbasis *crowdfunding donation based*. Di antaranya:

1. Penerapan Strategi *crowdfunding* wakaf
2. Mekanisme strategi *crowdfunding* wakaf
3. Kepuasan Wakif atas kinerja nazhir

Mengacu pada permasalahan yang dikemukakan di atas, maka peneliti merasa tertarik melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING WAKAF DENGAN *CROWDFUNDING DONATION BASED* PADA PROGRAM WAKAF KOMPLEKS RS SALMAN HOSPITAL DI BADAN WAKAF SALMAN ITB**”.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari uraian latar belakang di atas sebagai batasan dari penelitian yang penulis buat adalah Bagaimana Efektivitas Strategi Fundraising Berbasis *Crowdfunding Donation Based* Pada Program Wakaf Kompleks RS Salman Hospital Di Badan Wakaf Salman ITB.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin penulis sampaikan adalah untuk Menganalisis Strategi Fundraising Dengan *Crowdfunding Donation Based* Pada Program Wakaf RS Salman Hospital di Badan Wakaf Salman ITB.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis pribadi, akademisi, praktisi dan masyarakat umum.

1. Bagi akademisi, hasil penelitian ini sebagai asset pustaka bagi civitas akademika yang bisa dipergunakan sebagai sumber informasi, pengetahuan dan sebagai pembelajaran tentang Strategi Fundraising Dengan *Crowdfunding Donation Based* Pada Program Wakaf RS Salman Hospital di Badan Wakaf Salman ITB.
2. Bagi Praktisi, untuk membantu mengevaluasi dan menambah literasi dalam menerapkan strategi fundraising dengan *Crowdfunding donation based* pada program-program yang ada di badannya.
3. Bagi umum, dapat menambah wawasan dan pengetahuan seputar topik penelitian di Badan Wakaf Salman ITB ini.