

ANALISIS PROGRESIF SKEMA FUNDRAISING WAKAF DENGAN PEMANFAATAN E-COMMERCE DI INDONESIA

THE PROGRESSIVE ANALYSIS OF E-COMMERCE UTILIZATION BASED OF WAQF FUNDRAISING SCHEME IN INDONESIA

Nely Rahmawati Zaimah

Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Anwar Rembang
neyrah@gmail.com

Abstrak

Terdapat banyak metode dalam strategi pengumpulan dana wakaf. Pemanfaatan internet adalah platform baru yang membuat perubahan global dalam segala aspek perekonomian. Kebutuhan akan penyediaan wakaf dan pemahaman baru tentang cara penerimaan uang tunai mulai terkikis. Kemudahan transaksi wakaf dengan penggunaan internet dan situs e-commerce di Indonesia adalah cara baru walaupun telah banyak digunakan dalam banyak parameter perekonomian. Tapi ada beberapa elemen yang sangat membutuhkan perhatian khusus, yaitu; informasi produk, biaya transaksi, status perusahaan e-commerce, metode pembiayaan dan akurasi dalam semua konteks dan paradigma syariah. Bagaimanapun, seluruh tahapan prosesi wakaf di lembaga wakaf yang beredar di dunia transaksi digital terutama di situs komersial seperti bukalapak, tokopedia dan banyak lainnya, mulai dari penggalangan dana, pengelolaan hingga pemanfaatan, perlu untuk menekankan studi sistematis mengenai kesesuaiannya dengan ketentuan syariah.

Kata kunci: Pengumpulan dana, Wakaf, E-Commerce.

Abstract

There are many ways in waqf fundraising strategy. Internet utilization is a new platform that makes a global change in any line of economic terms. The new need for the provision of endowments and the understanding of the cash receipt ways will begin to be eroded. The ease of waqf transactions by using the internet and e-commerce sites in Indonesia is a new method although it has been used in many economic measures the long time ago. But there are some elements that really need a red line attention; product information, transaction cost charges, e-commerce company status, financing methods and accuracy in all sharia contexts and paradigm. Afterall, the entire hierarchy of waqf acquisition in waqf institutions that orbit digital transactions on commercial sites such as bukalapak, tokopedia and many others, ranging from fundraising, management to utilization, need to emphasize the systematic study of its conformity with sharia resolutions.

Keywords: Fundraising, Waqf, e-Commerce

Pendahuluan

Berkembangnya internet di dua dasawarsa terakhir ini membawa dampak serius dan perubahan signifikan pada *rule and model* dalam dunia bisnis pada khususnya dan seluruh tatanan sistem perekonomian pada umumnya. Hal tersebut merupakan sebuah pergeseran nilai yang serta merta menjadikannya sebuah fenomena yang tidak dapat dielakkan sama sekali. Saat ini transaksi konvensional (baca: tunai/bernilai tunai) telah bergeser menjadi transaksi elektronik setelah sekian lama menjadi sebuah sistem kokoh yang merajai budaya transaksi sejak aktivitas interaksi sosial dikenal dalam sejarah manusia.

Pada budaya transaksi jual-beli, misalnya, sistem digital telah menggeser dinamika *cash and carry* sehingga membuat teknologi menjadi tumpuan utama dalam lalu lintas transaksi di belahan manapun di bumi ini. Kemudahan bertransaksi *online* (daring), menjamurnya penyedia layanan pembiayaan transaksi secara online, ilustrasi digital dan kontrak online menjadikan bisnis *e-commerce* atau *online shopping* di seluruh dunia menjadi tren baru.¹

Seluruh layanan digital pun telah mengalami perkembangan yang efektif dan signifikan sehingga akan berdampak pada kemudahan-kemudahan transaksional mulai dari sistem pendanaan dan lalu lintas transaksi keuangan, *find-value-grab* (cara menilai dan mendapatkan barang/jasa), ilustrasi interaktif, virtualisasi dan lain sebagainya yang akan terus menerus mengalami pemutakhiran. Adanya situs web yang identik dan independen serta *e-commerce* dapat meningkatkan efisiensi dan memperpendek rantai jual beli, mengurangi kebutuhan untuk membuat inventory dan

¹Dewi Irmawati, "Pemanfaatan E-Commerce dalam Dunia Bisnis," *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis VI*, no. 2, (November 2011), 96.

mengurangi risiko penipuan dan keterlambatan pengiriman, sehingga produsen memiliki kepercayaan diri tentang usaha yang dilakukan dalam menjalin kerjasama dengan pemasok dan perusahaan jasa.²

Teknologi internet dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif dan dunia pembiayaan terhadap lalu-lintas transaksi barang *intangible* (tidak terlihat) ataupun *tangible* (terlihat). Salah satu bentuk implementasi dari penggunaan teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk adalah dengan memanfaatkan *e-commerce* untuk mempromosikan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Wakaf, zakat, infak, sedekah dan kurban oleh lembaga amil telah merambah pada pemanfaatan layanan *e-commerce* ini. Dengan adanya layanan *e-commerce* ini maka pelanggan dapat mengakses serta melakukan pesanan dengan penuh kemudahan dan keleluasaan, tak lagi dibatasi ruang dan waktu. Lebih lanjut menurut beberapa penelitian terdahulu, skema pemanfaatan *e-commerce* dalam lalu lintas bisnis menjadi tolok ukur baru dalam menjaring kontributor dan menjadi penghimpun dana yang sangat efektif bahkan terlepas dari status dan kondisi sosial apapun dan bagaimanapun yang melatarbelakanginya. Tentunya dengan *advertising* yang dikemas secara elegan dan emosional.³

Islam tidak akan menutup diri terhadap laju perkembangan zaman. Adanya mekanisme baru dalam sistem transaksi, baik jual beli ataupun layanan digital lainnya,

² Anina Sukmajati, "Penerapan E-Commerce untuk Meningkatkan Nilai Tambah (Added Value) bagi Perusahaan" *Majalah Tuban Akbar*, Edisi X Oktober 2015, 18.

³ Firda Anidya S, "Manajemen Investasi Wakaf Produktif Berbasis Syariah (Studi di Aksi Cepat Tanggap)" (Skripsi, Institut Ilmu Al-Quran Jakarta, 2017), 13.

tentunya akan melahirkan kaidah baru tanpa harus meruntuhkan kaidah lama secara fundamental. Sebagaimana kesesuaiannya dengan kaidah “Kesulitan itu menarik kemudahan”, maka asas fleksibilitas hukum Islam tentunya akan membawa iklim perkembangan dalam setiap ruang lingkup kehidupan umat dan memayunginya dengan tatanan hukum beribadah dan bermuamalah yang lebih jelas dan konsekuen di era globalisasi ini.⁴

Sebuah catatan menarik oleh Arifin Purwakananta, Direktur Koordinasi Penghimpunan Badan Zakat Nasional, bahwa pada akhirnya mekanisme pengumpulan dana ZIS dan wakaf akan bergeser ke online, berbeda dengan metode *fundraising* pada zaman dahulu yang dikenal *door to door*, antarjemput, *hard cash representatif* (mewujudkan tunai), dan terakhir melalui transfer bank setelah sosialisasi dari pengelola ZIS dan wakaf.⁵ Pola wakaf yang dahulunya kita kenal baku dan eksklusif pun sekarang mulai berubah. Sekarang ini telah berkembang model baru pengumpulan dana wakaf untuk kepentingan produktif melalui jalur pembelanjaan di situs-situs *e-commerce* terkemuka di tanah air. Misalnya Bukalapak (bukalapak.com) telah menghadirkan *official site* untuk Dompot Dhuafa dan ACT-Global Wakaf yang memudahkan dan memfasilitasi calon wakif untuk beribadah secara lebih mudah dan produktif. Rencana yang sama akan diluncurkan oleh Tokopedia dan beberapa situs terkemula yang lain. Demikian juga zakat, infak dan sedekah yang telah mendahului tayang di beberapa lapak online.

Skema baru *fundraising* tersebut tentu bukan tanpa kendala sama sekali. Terutama jika meninjau status perusahaan dan

⁴ Al-Imam Kamal al-Din Ibn 'Abd al-Rahid al-Sirasi Ibn al-Humam, *Syarh Fath al-Qadir*, Jilid 6 (Beirut: Dar al- Kutub al-'Ilmiyyah), 209.

⁵Firda Anidya S, *Manajemen Investasi*, 31.

manajemen *e-commerce*, mekanisme ikrar/akad wakaf, biaya administrasi transaksi, biaya alih dana, pajak pembelanjaan sebagaimana ketentuan pemerintah, sistem bunga kredit perbankan, arah investasi wakaf produktif, alokasi dan berikut pelaporannya terhadap wakif dan persoalan-persoalan yang perlu dicermati lagi yang akan muncul di kemudian hari sesuai dengan fleksibilitas *e-commerce* tersebut.

Dalam hal ini, penulis hanya mengobservasi mekanisme pengumpulan dana wakaf dan sistematika transaksi online shopping yang menjadi jalur dari *fundraising* wakaf oleh Dompot Dhuafa dan ACT-Global Wakaf tanpa harus menjustifikasi secara hukum terhadap pihak tertentu, sehingga akan menambah dan memperluas khazanah dan wacana pembahasan hukum oleh lembaga dan atau ulama yang lebih kompeten.

Strategi Fundraising Wakaf di E-Commerce

I. Pengertian dan Aspek Legal Wakaf

Secara bahasa, wakaf bermakna *al-ḥabs* (menahan). Dalam bahasa Arab, kata wakaf merupakan kata yang berbentuk *masdar*, dari kata dasar *waqafa-yaqifu-waqfan* sebagaimana dalam ungkapan *waqfu al-syai'* yang berarti menahan sesuatu. Dari itu, wakaf secara bahasa dapat dimaknai dengan menyerahkan tanah untuk orang-orang miskin untuk ditahan. Diartikan demikian karena barang milik itu dipegang dan ditahan orang lain, seperti menahan hewan ternak, tanah dan segala sesuatu.⁶

Dalam tata Bahasa Arab, penggunaan kata "*auqafa*" yang digabungkan dengan kata-kata segala jenis barang termasuk ungkapan yang tidak lazim (jelek). Yang benar adalah dengan

⁶Abu Su'ud Muhammad, *Risalah fī Jawāzi Waqf al-Nuqūd* (Beirut: Dar Ibn Hazm, 1997), 71.

menggunakan kata kerja “*waqafu*” tanpa memakai hamzah (*auqafu*). Adapun yang semakna dengan kata “*habistu*” adalah seperti ungkapan “*waqafu al-syai' aqifuhu waqfan*”. Ulama ahli fikih mengartikan wakaf dengan menahan harta yang bisa memberi manfaat serta kekal materi bendanya (*al-'ain*) dengan cara memutuskan hak pengelolaan yang dimiliki oleh wakif untuk diserahkan kepada nazir yang dibolehkan oleh syariat. Menurut Syaikh Syihabuddin al-Qalyubi, wakaf adalah *ḥabsu al-māli yumkinu al-intifā'u bihī ma'a baqa'i 'ainihi 'alā maṣrafin mubāhin* (menahan harta yang bisa diambil manfaatnya dengan menjaga bentuk aslinya untuk disalurkan kepada jalan yang dibolehkan).⁷ Hal ini menunjukkan bahwa syarat harta yang diwakafkan harus harta yang kekal materi bendanya (*al-'ain*), yakni harta yang tidak mudah rusak atau musnah serta dapat diambil manfaatnya secara berkelanjutan.

Dalam peraturan perundangan di Indonesia, pemaknaan wakaf diambil dari titik temu dari berbagai pendapat ulama 4 mazhab utama, yakni Malikiyah, Hanafiyah, Syafi'iyah dan Hanabilah. Hal ini dapat kita temukan dalam rumusan pengertian wakaf sebagaimana termaktub pada Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang wakaf. Dalam undang-undang tersebut, wakaf diartikan dengan 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.⁸ Rumusan pengertian wakaf dalam undang-undang tersebut merupakan rangkuman dari berbagai pendapat para

⁷ Muhammad Abid Abdullah al-Kabisi, *Hukum Wakaf* terj. Ahrul Sani Faturrahman dkk (Jakarta: DD Republika dan IIMan, 2004), 113.

⁸ DEPAG RI, *Peraturan Perundangan Perwakafan* (Jakarta: DEPAG RI, 2006), 41.

ulama fikih terkemuka tentang makna wakaf, sehingga pengertian wakaf di Indonesia lebih luas dan lebih komplrit.

Dalam perkembangannya, dewasa ini, makna wakaf mengalami pergeseran. Pemaknaan wakaf lebih fleksibel dan menguntungkan; yakni bahwa wakaf dimaknai 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 yang dibenarkan menurut syariat. Dalam pengertian ini, yang juga perlu digarisbawahi ialah kemungkinan melakukan wakaf berbatas waktu, dalam 3 atau 4 tahun misalnya. Hal ini berbeda dengan pemahaman sebelumnya bahwa jangka waktu wakaf bersifat selamanya atau *muabbad*. Dari pemahaman demikianlah, prinsip wakaf produktif dibangun.

Dari uraian tersebut, dapat dipahami bahwa tujuan wakaf adalah untuk memberikan manfaat atau faedah harta yang diwakafkan kepada orang yang berhak dan dipergunakan sesuai dengan ajaran syariat Islam. Hal ini sesuai dengan fungsi wakaf yang disebutkan pasal 5 UU No. 41 tahun 2004 yang menyatakan bahwa wakaf berfungsi untuk mewujudkan potensi dan manfaat ekonomis harta benda wakaf untuk kepentingan ibadah dan untuk memajukan kesejahteraan umum yang kemudian memiliki nilai tambah yang fluktuatif berjangka tanpa mengurangi nilai dasarnya. Dengan demikian, wakaf yang bernilai baku namun dapat berkembang pada nilainya sehingga dapat dimanfaatkan secara produktif ataupun konsumtif itulah yang merupakan wakaf produktif.

Adanya Undang-Undang Nomor 41 tahun 2004 tentang wakaf dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 tentang Pelaksanaan Wakaf merupakan payung hukum untuk

mengembangkan perwakafan secara serius di Indonesia. Bahkan pemerintah terus berupaya meregulasi peraturan terkait dengan masalah tersebut sampai saat ini dengan tujuan memberdayakan lembaga-lembaga keagamaan secara optimal untuk kepentingan peningkatan kesejahteraan masyarakat banyak. Tentu saja upaya pemerintah tersebut perlu didukung kerja sama, sinergi, dan keseriusan semua pihak yang terkait (*stake holders*) agar wakaf benar-benar berdampak positif bagi masyarakat dan menelurkan kembali produk-produk baru perundang-undangan sesuai dengan tuntutan zaman.

Dari pengertian di atas, wakaf dapat pula memiliki makna sebagai kegiatan menyimpan dan berinvestasi secara bersamaan. Dalam hal ini, wakaf mencakup kegiatan menahan harta yang mungkin dimanfaatkan oleh wakif baik secara langsung maupun tidak langsung, dan pada saat yang bersamaan ia telah mengubah pengelolaan harta menjadi investasi yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah harta produktif yang dapat dimanfaatkan untuk menyejahterakan masyarakat. Wakaf juga bisa menghasilkan pelayanan dan manfaat, seperti tempat shalat berupa masjid dan musala, gedung rumah sakit, dan juga alat-alat belajar di sekolah. Harta wakaf ini juga dapat dikembangkan sehingga bisa menghasilkan barang ataupun jasa yang dapat dijual dan labanya dimanfaatkan sesuai dengan tujuan wakaf.

Proses pembentukan wakaf Islam mirip dengan pembentukan yayasan ekonomi (*economic corporation*) yang mempunyai wujud abadi apabila termasuk wakaf abadi, atau mempunyai wujud sementara apabila termasuk wakaf sementara. Karena itu, wakaf merupakan kegiatan yang mengandung unsur investasi masa depan dan mengembangkan harta produktif untuk masa yang akan datang sesuai dengan tujuan wakaf, baik berupa manfaat,

pelayanan dan pemanfaatan hasilnya.⁹ Wakaf tersebut dapat menjadi saham, dan bagian atau unit dana investasi. Sistem wadiah untuk tujuan investasi di perbankan syariah merupakan bentuk wakaf modern yang penting, karena wakaf dengan model seperti ini dapat memberikan gambaran kebenaran dimensi ekonomi wakaf Islam, sebagaimana yang telah dipraktikkan Rasulullah Saw. dan generasi setelahnya.

2. Skema Fundraising Wakaf di Indonesia

Fundraising merupakan pengumpulan dana. *Fundraising* juga dapat diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi/lembaga sehingga mencapai tujuannya.¹⁰ Dalam prakteknya, *fundraising* sendiri merupakan strategi segmentasi pasar dengan pendekatan-pendekatan sosio-kultural. Pendekatan tersebut yang akan menjadikan acuan sasaran (target) dan *post-program* (program pendukung) lainnya. Tentunya perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan keuangan semisal bank, sekuritas, asuransi dan lain sebagainya telah lebih dulu menghasilkan studi dan strategi matang tentang *fundraising* dengan struktur dan target yang berbeda. Baru kemudian badan dan lembaga sosial dan organisasi nirlaba mengadopsinya ke dalam kajian strategis *fundraising* dalam rangka meningkatkan kontribusi donasi. Hal yang sama dilakukan oleh lembaga (*nadzir*) wakaf.

⁹ Abdul Hakim, "Manajemen Harta Wakaf Produktif dan Investasi dalam Ekonomi Syariah," *Riptek* 4, no 2 (2010): 22.

¹⁰Purwanto, *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelolaan Zakat* (Yogyakarta: Teras, 2009), 73.

Dalam tata laksana dan pengelolaan wakaf di semua lembaga/badan wakaf di Indonesia memiliki tiga alur yang berbeda sistem dan penanganannya. *Fundraising* merupakan pilar penting yang musti disoroti strategi dan pengelolaannya. Selama ini, hasil dan kontribusi telah jelas bermanfaat untuk pelbagai program pemberantasan kemiskinan dan program-program sosial lainnya.¹¹

Pemanfaatan hasil wakaf berikut sistem dan manajemen yang dibangun secara konstruktif oleh badan wakaf juga telah mendapatkan perhatian serius dari para peneliti. Terutama dari sekian banyak penelitian komprehensif tentang wakaf tunai yang telah mampu menanggulangi pelbagai problematika kemiskinan melalui usaha produktif, pekerjaan, serta program aksi sosial dan program kemanusiaan, baik melalui program ekonomi dan kemitraan usaha yang keseluruhannya bertujuan memberikan akses bagi masyarakat miskin untuk meningkatkan kesejahteraan mereka ke taraf yang lebih tinggi, ataupun pengadaan bantuan sosial dan kemanusiaan. Dari segi penanggulangan kemiskinan melalui pendidikan, Tabung Wakaf Indonesia (TWI) Dompot Dhuafa Republika dan Wakaf Tunai Muamalat (Waqtummu) Baitul Mal Muamalat (BMM) memberikan sarana alternatif bagi masyarakat miskin untuk memperoleh kesempatan pendidikan yang lebih baik meskipun bisa dikatakan belum sistematis dan menyeluruh sehingga dapat dikatakan bahwa peranannya belum signifikan.¹² Program kesehatan Tabung Wakaf Indonesia memberikan pelayanan kesehatan gratis pada Layanan Kesehatan Cuma-Cuma (LKC). Aksi Cepat Tanggap

¹¹ Farid Wadjdy dan Mursyid, *Wakaf dan Kesejahteraan Umat (Filantropi Islam yang Hampir Terlupakan)* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 192.

¹² Hendra, *Wakaf Uang dalam Penanggulangan Kemiskinan di Indonesia (Studi Kasus Tabung Wakaf Indonesia dan Wakaf Tunai Muamalat Baitulmaal Muamalat)* (Jakarta: PPS UIN Syarif Hidayatullah, 2008), 80.

(ACT) melalui Global Wakaf Foundation pun telah berupaya membangun model-model sistem implementasi program pengelolaan wakaf yang terkonsep dan terkelola secara profesional untuk menjamin masyarakat terberdayakan. Dengan sistem tata kelola wakaf yang kreatif, inovatif, produktif, dan transparan sehingga wakaf sukses menjadi sebuah gerakan sosial yang dapat diimplementasikan ke seluruh segmen produktif sehingga bermanfaat secara aplikatif langsung kepada masyarakat Indonesia pada khususnya dan seluruh dunia pada umumnya. Meskipun demikian, dari mana datangnya hasil tanpa disertai input atau pengumpulan dana yang akan dikelola tersebut?

Indonesia memang telah tertinggal beberapa langkah ke depan dalam strategi *fundraising* serta sosialisasi wakaf produktif. Di Singapura misalnya, meskipun merupakan negara sekuler, namun praktik wakaf di negara tersebut sangat berkembang. Majelis Ulama Islam Singapura (MUIS) memiliki andil besar dalam membangun paradigma wakaf produktif di Singapura. Mereka sadar akan pentingnya memiliki aset produktif di atas lahan wakaf yang ada guna mendukung aset-aset sosial yang tentunya membutuhkan biaya operasional tidak sedikit. Singapura juga telah mengadakan pelatihan aktif bagi para relawan badan wakaf Singapura di bawah pengawasan MUIS dan bekerjasama dengan Warees Investment Pte.Ltd dalam kerjasama wakaf properti dan lain-lain dan mengadopsi sistem *fundraising*-nya dari sistem *fundraising* perusahaan asuransi terkemuka. Hal yang senada namun lebih sederhana telah dilakukan di Thailand.¹³

¹³Abdullah Ubaid Matraji, "Perkembangan Wakaf di Indonesia berbanding dengan Negara Tetangga", *Republika Newsroom*, Kamis, 05 Februari 2009.

Sebagai perbandingan dari negara-negara berpenduduk mayoritas muslim lainnya, sistem *fundraising* di beberapa negara seperti di Mesir yang sangat produktif dalam memanfaatkan iklan, media dan daring. Demikian juga di beberapa negara Islam lain. Di Turki misalnya, promosi melalui media cetak dan elektronik telah digalakkan terutama tentang tanah wakaf pertanian juga. Tercatat tanah wakaf untuk produksi pertanian telah melampaui sepertiga banyaknya dari seluruh jumlah tanah pertanian ketika dan berkembang signifikan sejak menjamurnya bisnis online dan sistem pembiayaan online. Hal yang sama di kota-kota besar negara Islam. Berbagai metode *fundraising* telah berhasil secara signifikan dan banyak digunakan sebagai investasi bangunan strategis dan pusat perdagangan. Sedangkan di luar kota, wakaf tanah pertanian penghasilannya berlimpah, terutama tanah-tanah pertanian yang dekat dengan kota dan daerah pemukiman. Di Mesir, wakaf tanah pertanian luasnya mencapai sepertiga dari seluruh jumlah tanah pertanian sejak abad ke-19. Begitu juga wakaf di perkotaan yang dibuat bangunan dan pusat perdagangan jumlahnya sangat banyak, di samping yang berbentuk wakaf langsung seperti masjid, sekolah, rumah sakit, dan rumah yatim piatu.

Fenomena penghimpunan dana wakaf seperti di Mesir yang sangat produktif juga ada di beberapa negara Islam lain, sehingga dengan semakin bertambah waktu, semakin bertambah pula jumlah wakaf Islam. Di Turki misalnya, banyak dana wakaf diinvestasikan menjadi tanah wakaf pertanian yang juga tercatat sepertiga banyaknya dari seluruh jumlah tanah pertanian. Di beberapa kota juga telah menjamur pusat perbelanjaan dari sistem investasi wakaf hasil sebagai dari dana yang terhimpun. Jumlah dana yang dialokasikan ke wakaf produktif sebesar itu juga tercatat sebagai kekayaan

rakyat di Syiria, Palestina, Iraq, Aljazair, Maroko dan di Arab Saudi.¹⁴

Di Indonesia terdapat banyak lembaga wakaf dengan visi dan metode manajemen yang hampir sama. Tidak seluruhnya telah terdaftar di Badan Wakaf Indonesia, sebuah badan resmi pemerintah Republik Indonesia untuk melakukan kontrol dan koordinasi terhadap lembaga-lembaga wakaf independen. Ada Tabung Wakaf Indonesia, Dompot Dhuafa, ACT melalui Global Wakaf Foundation (GWF) dan lain-lain yang telah menerapkan beberapa pandangan serta tujuan *fundraising* wakaf produktif meskipun pada perjalanannya masih menemukan berbagai hambatan.

Strategi *fundraising* di Indonesia secara manual berjalan kurang efektif di era milenial ini. Sebaliknya, pemanfaatan daring sebagai jalur baru *fundraising* mengalami perkembangan yang signifikan.¹⁵ Di ACT ada salah satu alur dana yang secara direktif *diinject* menjadi program LTM (Lambung Ternak Masyarakat) dan LPM (Lambung Pangan Masyarakat) Sumur Pertanian produktif dan kolektif sebagai pemberdayaan wakaf produktif. Bahkan program tersebut telah disosialisasikan secara masif di situs Bukalapak.com. Demikian pula dengan Dompot Dhuafa, akan tetapi baru menjadi *official site* di situs tersebut. Mekanisme melalui pemanfaatan *e-commerce* memang sangat membantu meningkatkan hasil pendapatan dan pengumpulan dana wakaf untuk kemudian diaplikasikan secara produktif sesuai dengan visi dan tujuan dari programnya.

¹⁴Achmad Djunaidi, *Menuju Era Wakaf Produktif* (Jakarta: Mumtaz Publising, 2008), 191.

¹⁵Mustafa Edwin Nasution dan Uswatun Hasanah (ed), *Wakaf Tunai Inovasi Finansial Islam (Peluang dan Tantangan dalam Mewujudkan Kesejahteraan Umat)* (Jakarta: Program Studi Timur Tengah dan Islam Universitas Indonesia, 2006), 155.

Aspek legal dari keseluruhan tahapan model *fundraising* sedemikian penting dalam rangka pengembangan jumlah pewakaf/wakif dan peningkatan total aset yang diwakafkan juga kebersesuaiannya dengan syariah dan hukum positif di Indonesia. Dalam arti bahwa tahap *fundraising* ini berperan penting dalam memastikan kesesuaian syariat Islam atau tidaknya, serta tidak bertentangan/melawan hukum positif di Indonesia baik lingkup perdata ataupun pidana. Sebagaimana diketahui, tahap ikrar wakaf dari wakif turut memastikan asal dana yang dihimpun atau dikontribusikan kepada nazir adalah benar-benar terjamin kehalalannya serta bukan didapatkan dari perbuatan melawan hukum misalnya pencucian uang, korupsi, kolusi dan lain sebagainya.

Lembaga wakaf juga telah dikenal banyak melalui *website* resminya di internet. Dengan menggandeng beberapa Bank Syariah (ada juga yang bekerja sama dengan bank konvensional), nazir wakaf memberikan kemudahan melalui *direct transfer* dan atau transaksi non tunai lainnya. Beberapa profil *homepage* dibuat sedramatis mungkin yang membangkitkan kesadaran emosional (*ghirah*) calon wakif untuk segera berwakaf. Halaman pribadi donatur juga disediakan khusus dengan otorisasi sekresi sendiri (*account logging in-out*) di beberapa web profesional sehingga memungkinkan wakif untuk memonitor langsung hasil dari representasi alokasi dana yang diwakafkannya. Di samping itu, produk merupakan aspek penting yang harus mendapatkan ruang khusus dan informatif dalam rangka menunjang keniatan (*ilzam an-niyyah*).

Demikian besar potensi dana wakaf yang dapat dihimpun secara berdaya guna, maka perlu ada profesionalisasi dalam penghimpunan maupun pengelolaannya. Efektifitas dan efisiensi penghimpunan dan pengelolaan dana wakaf sangat

berpengaruh kepada kinerja dari pengurus badan wakaf. Jika dana yang terhimpun sedikit, maka dapat dipastikan bahwa perkembangan wakaf produktif akan terhambat, khususnya dalam pemberdayaan umat maupun dalam pembiayaan operasional pelaksanaan wakaf produktif. Dalam pelaksanaannya baik dari segi penghimpunan maupun segi pengelolaan BWI bekerjasama dengan seluruh Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang diseluruh Indonesia. Selain bekerjasama dengan Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang, BWI dalam pengelolaannya juga menggunkan aset-aset wakaf yang sudah terkumpul untuk kemudian diproduktifkan lagi seperti Masjid Baitul Mughni Gatot Subroto, Masjid Baitul Mukhlisin Semanggi, Masjid Said Naum Tanah Abang, Masjid Hidayatullah Sudirman dan lain sebagainya. Beberapa metode lain yang lebih berani akan ditempuh lebih lanjut oleh BWI dan akan dilakukan kajian serta implementasi khusus secara terpisah.¹⁶

3. Pemanfaatan e-Commerce sebagai Metode Baru Fundraising Wakaf

Johny Wong menjelaskan bahwa pengertian *e-commerce* adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa atau pengiriman uang/dana ataupun data, melalui jalur elektronik, jaringan terutama internet. *E-commerce* dapat terjadi antara sesama perusahaan atau bisnis, pemilik bisnis dengan konsumen, konsumen kepada pemilik usaha. Istilah *e-commerce* dan *e-bisnis* terkadang disama artikan. istilah *e-tail* kadang digunakan sebagai proses transaksi dalam retail online.¹⁷

¹⁶Duddy Roesmara Donna, "Penerapan Wakaf Tunai pada Lembaga Keuangan Publik Islam," *Journal of Islamic Business and Economics* 1, no.1, (Desember 2007): 87-88.

¹⁷Johny Wong, *Internet Marketing for Beginner* (Jakarta: Elek Media Komputindo, 2011), 201.

E-commerce pada awalnya perdagangan elektronik hanya sebatas pengiriman dokumen komersial saja seperti pemesanan pembelian atau invoice secara elektronik baik itu melalui faks ataupun email, kemudian *e-commerce* berkembang menjadi perdagangan berbasis web, yaitu pembelian barang ataupun jasa melalui *word wide web* atau internet. *E-commerce* dalam aplikasinya di lapangan menarik beberapa macam teknologi didalamnya seperti *email*, *chat*, transfer dana elektronik (kartu kredit ataupun *paypal* dan sejenisnya), pertukaran data elektronik (EDI), *www* dan lainnya. Dewasa ini, telah berkembang banyak sekali bentuk *e-commerce*, antara lain layanan internet banking dan keuangan digital, pembelian dan penyediaan barang atau toko online, pemesanan tiket pesawat, reservasi penginapan di hotel, reservasi di tempat hiburan, pemesanan tiket konser, bitcoin, pertukaran uang ataupun saham di internet, pembelian buku secara online sampai biro jodoh pun turut dikomersialkan.¹⁸

E-commerce terdiri dari beberapa jenis dan tipe, yang pertama adalah *Classifieds*, yang merupakan bentuk paling sederhana dalam *e-commerce* di mana penjual menyediakan tempat untuk “iklan baris” atau informasi, tanpa terlibat sedikitpun dalam proses jual beli. Contoh yang paling populer di Indonesia di antaranya adalah Berniaga, TokoBagus dan sebagainya. Bentuk kedua adalah *Marketplace C2C (Customer to Customer)*, umumnya untuk tipe ini penyedia akan menawarkan metode pembayaran melalui penyedia, sering juga disebut sistem *escrow* untuk menengahi antara pembeli dan penjual. Contoh dari tipe ini adalah Tokopedia dan Lamindo. Tipe ketiga merupakan tipe *Shopping Mall* dimana para supplier telah memiliki perjanjian dan ikatan terlebih

¹⁸ Sunarto, *Teknologi Informasi dan Komunikasi* (Jakarta: Ganindo, 2014), 122.

dahulu dengan web penyedia. Ciri utama dari tipe ini umumnya adalah proses verifikasi dan seleksi yang cukup ketat untuk bisa menjadi supplier, sehingga biasanya yang dapat masuk dalam tipe shopping mall ini adalah brand-brand besar dan terkenal. Berikutnya adalah *B2C (Business to Consumer)*, pada dasarnya ini adalah toko yang berfokus menjual produk *e-commerce* mereka sendiri, sehingga untung/rugi biasanya ditanggung oleh si perusahaan *e-commerce* sendiri. Lazada dan BerryBenka adalah beberapa contoh untuk tipe ini, dan keduanya berkembang dengan cepat di Indonesia.¹⁹

Cukup banyak keuntungan dari menerapkan *e-commerce*, diantaranya kemampuan untuk menjaring pasar secara global melalui internet. Dengan memberikan akses hubungan antara supplier dengan konsumen, *e-commerce* juga mempersingkat rantai distribusi produk. Minimalisasi biaya merupakan salah satu keunggulan yang umumnya dikaitkan dengan penerapan *e-commerce*. Pemanfaatan *e-commerce* tampaknya juga telah berimbas kepada berbagai sektor ekonomi, baik itu jual beli barang, jasa atau barang *intangibile* lainnya seperti *bitcoin* yang tenar belakangan ini. Salah satunya adalah penyediaan lokasi (*site*) dan lapak (*shop*) dalam situs *e-commerce* semisal *Bukalapak.com* dan *Tokopedia.com* untuk kepentingan pengumpulan dana (*fundraising*) ZIS dan wakaf tunai secara optimal sehingga dapat dimanfaatkan secara produktif pula.

Dengan demikian, ada arah baru dalam strategi *fundraising* wakaf secara daring yang akan menuntut lebih banyak pembangunan sumber daya manusia dan teknologi informasi

¹⁹Angtyasti Jiwassiddi, "Ragam E-Commerce: Kelebihan dan Kekurangannya," diakses pada 12/1/2017, <http://sbm.binus.ac.id/2016/08/15/ragam-e-commerce-kelebihan-dan-kekurangannya/>

dalam rangka menunjang penghimpunan dana wakaf sesuai prinsip lembaga wakaf tersebut. Karena bagaimanapun juga, akan terbentuk sebuah budaya yang baru di era digital ini. *Image* masyarakat tentang bakunya ketentuan wakaf benda dan terbatasnya pengertian tentang wakaf tunai produktif pun akan mulai terkikis. Sebagaimana banyaknya kemudahan transaksi secara *online* lainnya, prinsip berwakaf secara online sendiri memberikan keleluasaan dan kemudahan sebagaimana berikut:

1. Bahwa siapapun bisa. Kini, orang yang ingin wakaf tidak harus menunggu menjadi kaya. Siapapun secara kolektif bisa menjadi wakif dan mendapat Sertifikat Wakaf Uang.
2. Jaringan Luas dan pemanfaatan daring. Kapan pun dan di manapun kita bisa berwakaf dengan sejumlah uang secara digital.
3. Uang Tak Berkurang. Dana yang diwakafkan, sepeser pun, tidak akan berkurang jumlahnya. Justru sebaliknya, dana itu akan berkembang melalui investasi yang dijamin aman, dengan pengelolaan secara amanah, bertanggung jawab, professional, dan transparan.
4. Manfaat Berlipat. Hasil investasi dana itu akan bermanfaat untuk peningkatan prasarana ibadah dan sosial, serta kesejahteraan masyarakat (social benefit).
5. Investasi Akhirat. Manfaat yang berlipat itu menjadi pahala wakif yang terus mengalir, meski sudah meninggal, sebagai bekal di akhirat.

Dengan demikian, kemudahan bertransaksi wakaf melalui pemanfaatan jaringan internet dan situs-situs *e-commerce* merupakan pilihan strategis untuk mendapatkan lebih banyak kontributor atau wakif baik secara kolektif ataupun personal.

Lapak “Wakaf Sumur Kolektif” di *Bukalapak.com* yang dikelola oleh ACT-GWF menempati rating tertinggi dengan perolehan 287 rating dan “penjualan” hampir dua kali lipatnya, kemudian menyusul “Sumur Pertanian Kolektif” dengan 33 rating, “Wakaf Pangan Kolektif” dengan 22 rating dan terakhir “Wakaf Sumur” 1 rating dengan 3 penjualan memiliki nominal fantastis: Rp. 25.000.000,- (Dua puluh lima juta rupiah) per transaksi. Selain itu ada juga wakaf infrastruktur. Tentunya, rating tersebut masih kalah oleh lapak solidaritas kemanusiaan seperti “Solidaritas untuk Rohingya”, “Lets Help Syiria”, “Lets Help Somalia”, dan lapak-lapak dengan orientasi non-wakaf lainnya yang jumlahnya mencapai ribuan transaksi. Ini menandakan bahwa skema *fundraising* di *e-commerce* merupakan tren baru yang tidak boleh diremehkan.²⁰ Pada situs *e-commerce* lain, penulis mendapati beberapa *official store* atau lapak resmi meskipun beberapa produknya kurang signifikan, dihapus, sedang dalam perbaikan deskripsi atau berganti produk baru. Kebanyakan merupakan fasilitator zakat, kurban, infak dan sedekah.

Perlu digarisbawahi bahwa skema pembelanjaan di situs komersial seperti *Bukalapak*, *Tokopedia*, *Lazada*, *Akulaku* dan lain-lain memiliki sistem yang kurang lebih sama. Pelapak menerbitkan (*publishing*) produk yang ditawarkan (dijual untuk barang) dengan deskripsi dan informasi lainnya sesuai yang dibutuhkan, setelah itu calon pembeli mengklik beli atau *add to cart* selanjutnya menambahkan informasi dan tujuan kirim, pembeli mentransfer sejumlah dana berikut biaya-biaya lain seperti administrasi, asuransi dan ongkos kirim, yang terakhir adalah konfirmasi pengiriman dan penerimaan barang.

²⁰ <https://www.bukalapak.com/act-official>

Timbul masalah lain setelah itu yaitu beban biaya transaksi yang menimbulkan risiko pengurangan nilai wakaf pada tiap transaksi elektronik. Padahal wakaf tunai atau yang bernilai tunai, nilai tersebut haruslah utuh, tanpa terpotong atau dikurangi untuk biaya lain sesuai dengan akad/ikrar wakaf yang tercantum dalam sertifikat wakaf. Artinya pokok harta wakaf tersebut haruslah tidak boleh dikurangi sehingga tidak menjadi *majhul* (tanpa diketahui nilai sebenarnya) dan *ghoiru sha'in* atau tidak melekat pada nilai dan atau kepemilikan lain. Adanya beban biaya admin, biaya lain, ongkos kirim sertifikat wakaf, dan lain sebagainya seharusnya menjadi sorotan. Sebenarnya pelapak wakaf boleh membebankan biaya lain tersebut dalam sertifikat atau memberitahukan secara terpisah kepada calon wakif. Suatu contoh, wakif akan “membeli’ atau melakukan transaksi wakaf sumur pertanian kolektif dengan deskripsi yang dipelajari adalah sebagaimana berikut:

“..... Wakaf sumur pertanian adalah bagian dari lumbung pangan Masyarakat yang dihadirkan untuk mengatasi masalah kesulitan air bagi persawahan. Hadirnya Sumur Pertanian ini akan dapat meningkatkan produktivitas padi seperti di Bojonegoro dan Blora menjadi tiga kali lipat lebih baik. Ketahanan pangan dan pemberdayaan masyarakat pun akan terwujud. Dengan kontribusi senilai Rp.100 juta per unit, sumur ini akan dapat mengaliri lahan seluas 20 ha dan memberdayakan 50 petani di desa dengan hasil panen setiap hektare 8 ton gabah atau 24 ton gabah selama satu tahun...”²¹

Deskripsi tersebut merupakan informasi penting demi terwujudnya ikrar wakaf sebelum dikirimkannya sertifikat wakaf yang memuat konten ikrar wakaf. Setelah itu terjadilah transaksi (*add to cart*), wakif menyetorkan sejumlah uang (Rp.

²¹ “Aksi Cepat Tanggap, Wakaf Sumur pertanian Kolektif,” diakses 11/9/2017, <https://www.Bukalapak.com/act-official>

100.000,-) kepada Bukalapak berikut kode uniknya. Terakhir pengiriman sertifikat wakaf kepada pewakaf. Berikut ini penulis menyertakan contoh hierarki transaksi wakaf di lapak “Wakaf Sumur kolektif” oleh ACT-GWF di bukcalapak.com

Dapat dilihat bahwa kemudahan demi kemudahan terjadi dalam transaksi online terhadap semua produk ZIS dan wakaf yang ada di fitur *e-commerce*. Selanjutnya yang dapat penulis pelajari dan cermati dari adanya tahapan transaksi wakaf dari *e-commerce* tersebut adalah:

a. **Ikrar Wakaf**

Ikrar wakaf merupakan rukun yang sangat penting. Informasi yang diberikan tentang arah alokasi wakaf, keuntungan investasi dari pokok wakaf, detail informasi tentang produk wakaf yang dimaksud dan sistem pelaporannya adalah suatu instrumen yang tidak bisa dipisahkan dari proses membangun paradigma tentang ikrar wakaf. Adanya deskripsi di dalam produk yang dipublikasikan di situs *Bukalapak.com* merupakan informasi penting untuk memberikan pengertian kepada wakif tentang arah dana wakaf tersebut, bagaimana *main idea*-nya, kemanfaatan dan kemudian pelaporannya. Selanjutnya, perlu kejelasan yang informatif dan layanan diskusi interaktif dari administrator pelapak (dalam hal ini pihak nazir wakaf) kepada calon wakif. Deskripsi yang dipublikasikan secara informatif dalam lapak online memiliki arti yang sangat serius dalam rangka menghimpun ketertarikan calon wakif dan lebih menggairahkan mereka untuk berwakaf. Dengan demikian, deskripsi turut andil dalam membangun strategi pemasaran yang cukup efektif.

Selebihnya, kekayaan informasi yang dihimpun dalam deskripsi produk wakaf haruslah padat konten, jujur, informatif dan menarik. Pada akhir tujuannya adalah, calon wakif memahami tentang produk wakaf dan mengerti arah alokasinya, serta bagaimana mekanisme pemanfaatannya untuk kemaslahatan umat. Sebagai *natijah* terakhir adalah “hadiah” berupa sertifikat wakaf yang juga sesuai dengan apa yang menjadi arah dan tujuan produk wakaf sebagaimana tertulis dalam deskripsi produk.

b. Biaya Administrasi dan Pajak akan Dibebankan kepada Siapa?

Sebagaimana diuraikan sebelumnya, setiap transaksi online akan menimbulkan biaya lain selain dari pembiayaan perbelanjaan pokok. Setiap transaksi jual beli akan ada konsekuensi logis tentang biaya lain yang dibebankan baik kepada pembeli ataupun penjual. Jika kita membeli barang dari situs daring, tentunya kita akan dibebankan setidaknya ongkos kirim, asuransi, biaya lain dan atau disebut biaya administrasi. Jika sebagai penjual, maka kita juga akan dikenakan biaya administrasi untuk setiap penarikan dana yang kita peroleh dari konsumen kita melalui pihak ketiga yaitu *e-commerce*. Produk wakaf pun tentunya tidak terlepas dari hal itu. Misalnya dalam hal ini adalah “Wakaf Sumur Pangan Kolektif” dengan nominal wakaf Rp. 100.000,- tentunya sudah menjadi pokok wakaf terkecuali apabila disebutkan dalam deskripsi dan ikrar wakaf yang tercantum dalam sertifikat wakaf bahwa nominal tersebut belum terpotong oleh sejumlah biaya lain. Bisa dimengerti

bahwa sertifikat bisa dikirimkan melalui surat elektronik, akan tetapi tetap membutuhkan fisik sertifikat untuk dapat dikirim sebagai bukti konfirmasi pengiriman (dalam contoh: melalui jasa ekspedisi JNE) dan kemudian pewakaf mengkonfirmasi sesampainya surat tersebut.

Selain itu, sebagaimana pengalaman penulis yang memiliki lapak penjualan di *Bukalapak* dan *Tokopedia*, pelapak akan dikenakan biaya administrasi pada setiap penarikan dana kepada rekening pemilik lapak. Tentunya hasil transaksi online yang diperoleh ACT dan DD di situs *e-commerce* yang dicairkan dalam bentuk transfer ke rekening lembaga nazir wakaf akan terpotong meskipun hanya beberapa ribu rupiah. Penulis merekomendasikan tentang pembebanan biaya transaksi, pajak, dan biaya lain agar dimasukkan ke dalam nilai transaksi secara akumulatif dan dijelaskan secara terperinci kepada calon wakif tentang besaran beban lain tersebut.

c. **Status E-commerce dan Aktivitas Investasinya.**

Bukalapak dan *Tokopedia* merupakan perusahaan *e-commerce* ternama yang telah memiliki nilai saham terbatas sesuai ketentuan perusahaan perseroan tersebut. Dengan demikian, siapapun atau perusahaan secara terbuka dapat berinvestasi di saham *e-commerce*. Sebaliknya, biasanya perusahaan tersebut reinvestasi lagi kepada manajemen aset untuk mendapatkan keuntungan yang lebih serta menghindari faktor inflasi dan suku bunga tahunan yang berimbas pada penurunan aset. *E-commerce* yang telah terlebih dahulu melantai di bursa antara lain Kioson

Indonesia. Tak pelak lagi bahwa investasi tersebut boleh jadi sesuai dengan tuntunan syariah Islam, atau sebaliknya. Misalnya investasi di perusahaan minuman keras atau perusahaan rokok yang telah jelas diharamkan oleh MUI. Untuk itu perlu penelitian lebih lanjut tentang reinvestasi *e-commerce* ini dan pengelolaannya. Meskipun tidak terbukti demikian, beberapa *e-commerce* masih menghimpun penjual dan melindungi transaksi barang-barang palsu, replika, tiruan, *black market*, pornografi, dan lain sebagainya sehingga sistem pengelolaan keuangannya pun akan bercampur baur dengan hal-hal yang diharamkan baik secara hukum positif ataupun syariat Islam. Untuk itu, diperlukan studi lanjutan yang lebih komprehensif tentang status perusahaan *e-commerce* dan aktivitas investasinya dalam kerangka pemanfaatannya oleh kegiatan transaksional dalam syariah Islam.

d. **Mekanisme Pembiayaan Transaksi di Situs Jual Beli oleh Perbankan**

Situs jual beli komersial di Indonesia tidak hanya bekerjasama dengan perbankan syariah saja dalam mengakomodir setiap transaksi keuangan dalam semua siklus jual dan beli. Bisa kita lihat dalam setiap transaksi masih diperkenankan pembiayaan belanja dengan sistem kredit oleh perbankan konvensional. Dalam artian seperti ini, jika saya ingin menjadi kontributor “Wakaf Sumur Pangan” maka saya masih dapat melakukannya dengan kartu kredit salah satu bank konvensional dengan skema pembiayaan yang berbeda-beda. Menurut PP No 42 Tahun 2006 tentang

wakaf, bahwa nazir wakaf atau lembaga pengelola wakaf wajib menyetorkan dana wakaf (jika berupa wakaf uang) dan semua wakaf yang bernilai tunai ke perbankan syariah dengan semua skema pembiayaan wakaf tunai dalam lembaga keuangan yang disebut Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU) sebagaimana ditunjuk oleh pemerintah. Berkaitan dengan transaksi yang terjadi antara pengguna kartu kredit konvensional dengan bank penerbit kartu, yang di dalamnya terdapat beberapa komitmen berbau riba yang intinya mengharuskan pemegang kartu untuk membayar bunga-bunga riba atau denda-denda finansial bila terlambat menutupi hutangnya, maka dalam hal ini ulama fiqih kontemporer berselisih pendapat. Namun sebagian besar ulama mengatakan bahwa transaksi itu sah, namun komitmennya batal, yakni apabila pihak nasabah yakin bahwa ia akan mampu menjaga diri untuk tidak terjerumus ke dalam konsekuensi menanggung akibat komitmen tersebut. Karena syarat rusak ini pada dasarnya menurut kaca mata syariat sudah batal dengan sendirinya.

Segala sistem pembelanjaan dengan kartu kredit memang merupakan transaksi hutang. Transaksi dengan menggunakan kartu kredit merupakan bentuk *qardh* (hutang) dari pengguna kartu kepada pihak bank, disertai dengan bunga dan denda. Yang mutlak adalah, bunga tidak dapat dihindari oleh pemegang kartu karena memang sudah ditetapkan oleh pihak bank. Adapun yang bisa dihindari, sebenarnya bukanlah bunga, melainkan denda atau penaltinya. Dengan demikian, jelas bahwa kartu kredit tersebut

nyata-nyata transaksi riba, yang status akadnya batil dan diharamkan di dalam Islam. Kontroversi yang sama terjadi di UEA dan Maroko. Sebagian besar ulama menolak mekanismenya, beberapa lagi hanya membolehkan *'ain* (wujud) wakafnya, akan tetapi mekanisme wakaf melalui kredit perbankan telah diberlakukan secara sah di negara tersebut. Menilik lebih jauh lagi, beberapa *e-commerce* menawarkan bunga 0% dalam setiap transaksi berjangka (cicilan) terhadap beberapa produknya. Akan tetapi kembali kepada kebijakan bank penerbit kartu kredit tersebut, apakah masih menerapkan sistem bunga selain beban transaksi atau membebaskannya. Setelah itupun masih diperdebatkan lagi tentang status bank konvensional penerbit kartu kredit tersebut. Karenanya perlu dihapusnya fitur kredit melalui perbankan non-syariah dalam rangka pembiayaan wakaf tunai oleh perusahaan *e-commerce* atau menginformasikannya dalam deskripsi produk kepada calon wakif.

Prinsip selanjutnya adalah bahwa segala pemanfaatan hasil wakaf produktif tidak boleh mengurangi sedikitpun dari pokok dan nilai tunai yang diwakafkan. Lembaga wakaf, seperti Global Wakafnya ACT dan Dompot Dhuafa, bisa menjadi salah satu lembaga filantropi alternatif yang bergandengan tangan dengan organisasi masyarakat sipil lainnya dalam menyelesaikan persoalan bangsa. Dengan demikian diperlukan modernisasi pengelolaan dana wakaf terutama sistem *fundraising* yang lebih efektif dan berkesinambungan. Harapan ini amat wajar dialamatkan kepada lembaga wakaf, mengingat lembaga tersebut

merupakan lembaga filantropi masyarakat muslim yang telah mengakar dalam kehidupan umat. Hal ini akan terjadi manakala kemajuan dalam hal penggalangan dana diimbangi dengan terobosan baru di bidang distribusi dan pemanfaatan, sehingga peran lembaga wakaf bisa lebih signifikan.

Sebagai lembaga pengelola keuangan yang aktif, audit finansial merupakan sebuah hal penting dan menjadi standar lembaga pengelola dana masyarakat. Kinerja lembaga pengelola wakaf yang disiarkan secara interaktif di media sosial bisa menjadi alat pantau publik dan hasilnya pun bisa segera diketahui. Meskipun demikian tetap diperlukan adanya pelaporan aktif tentang kinerja investasi produktif di wakaf produktif tersebut. Sadar berjalannya audit finansial membuat setiap penanggung jawab program dan pengguna keuangan lembaga akan mengoptimalkan laporan keuangan lengkap dengan bukti pengeluarannya. Bagaimanapun juga masyarakat penyumbang (kontributor) ZIS dan wakaf mempunyai hak sebagai donatur. Hak-hak donatur ini yang harus diperhatikan setiap lembaga yang melakukan aktivitas penggalangan dana publik. Ironisnya, banyak lembaga yang melakukan penggalangan dana publik yang kurang perhatian terhadap arti penting hak-hak donatur. Sebagian lembaga yang melakukan penggalangan dana publik, belum sepenuhnya memberi perhatian yang memadai tentang arti pentingnya hak-hak donatur. Padahal, di balik sebuah lembaga melakukan aktifitas penggalangan dana publik, melekat kewajiban untuk memperhatikan hak-hak donatur. Untuk itu, setiap wakif, muzakki, penginfaq dan pemberi sedekah berhak mendapatkan pelaporan yang transparan di halaman login masing-masing donatur atau wakif. Di negara-negara maju, perlindungan hak-hak donatur (*Donor Bill of Rights*) mengacu

pada orientasi yang jelas. Demikian pula prinsip yang sama oleh YLKI di negara kita. Di antara ha-hak tersebut antara lain:

- Hak untuk mengetahui misi organisasi yang disumbang, tujuan, dan kemampuan organisasi dalam menggunakan sumbangan;
- Hak untuk mengetahui mereka yang duduk dalam dewan pengurus organisasi yang disumbang, serta meminta dewan pengawas untuk secara cermat menilai tanggung jawab dewan pengurus;
- Hak untuk menerima laporan keuangan organisasi secara transparan;
- Hak mendapat kepastian bahwa sumbangan dibelanjakan untuk hal-hal yang telah disepakati bersama;
- Hak mendapat kepastian bahwa sumbangan yang diberikan dikelola secara benar dan sesuai dengan hukum yang berlaku;
- Hak untuk mengetahui apakah pihak yang meminta sumbangan adalah staf organisasi atau sukarelawan;
- Hak mendapat keleluasaan untuk bertanya dan menerima jawaban secara cepat, tepat, dan jujur;
- Hak untuk meminta agar nama donatur tidak diumumkan secara terbuka dan donatur berhak mendapat pengakuan dan penghargaan yang layak.²²

Dengan demikian penulis mengkaji bahwa seluruh alur hierarki perolehan wakaf di lembaga wakaf yang mengorbitkan transaksi digital di situs-situs komersial seperti *Bukalapak*, *Tokopedia* dan lain sebagainya, mulai dari pengumpulan dana (*fundraising*), pengelolaan hingga pemanfaatannya, perlu mengedepankan studi sistematis

²² "Hak Konsumen," diakses 20 September 2017, <http://ylki.or.id/hak-konsumen/>

tentang kesesuaiannya dengan syariah Islam dengan prinsip sebagaimana berikut:

- a. Prinsip amanah dan kehati-hatian
- b. Prinsip profesionalitas manajemen
- c. Prinsip masalah dan keberlangsungan manfaat
- d. Prinsip tabligh dan keadilan sosial
- e. Prinsip tranparansi dan keterbukaan

Tanpa prinsip-prinsip di atas, tentunya wadah transaksi digital dalam pengelolaan strategi *fundraising* akan sulit untuk berkembang secara positif dan sesuai dengan tuntunan syariah Islam.

Kesimpulan

Kemudahan bertransaksi wakaf melalui pemanfaatan jaringan internet dan situs-situs *e-commerce* terpercaya di Indonesia merupakan pilihan strategis untuk mendapatkan lebih banyak kontributor atau wakif baik secara kolektif ataupun personal. Akan tetapi pada prinsipnya, ada beberapa unsur yang perlu diperhatikan: *Pertama*, Ikrar wakaf dan kejelasan informasi tentang produk wakaf secara detail, sistem interaktif dalam diskusi produk wakaf tersebut dan sistem pelaporan alokasi, investasi dan pemanfaatannya. *Kedua*, biaya administrasi dan pajak dibebankan wakif dengan mencantumkan dan menginformasikan detailnya, atau perusahaan *e-commerce* membebaskan biaya admin sama sekali untuk pengelola (nazir) wakaf. *Ketiga*, status *e-commerce* dan aktivitas investasi di bursa saham regional dan internasional. *Keempat*, mekanisme pembiayaan transaksi di situs jual beli oleh perbankan terutama mengenai kredit, bunga kredit dan pembiayaan lainnya.

Selebihnya penulis menyarankan bahwa perlu adanya studi komprehensif tentang: *pertama*, sistem informasi digital

(deskripsi dan ilustrasi) dalam lapak wakaf di situs jual-beli online dapat dijadikan ikrar wakaf jika wakif tidak mendapatkan sertifikat wakaf oleh pelapak online (dalam hal ini nazir wakaf) mengingat mekanisme transaksi yang *click and click* saja. Status reinvestasi aset manajemen oleh perusahaan *e-commerce* tempat lapak wakaf dikaji ulang dan hendaknya dipublikasikan secara online. *Kedua*, struktur pembiayaan perbankan konvensional dalam pembelian produk wakaf, terutama berkaitan dengan kredit dan pembiayaan berjangka lainnya. *Ketiga*, Skema yang sama tentang ZIS di lapak *e-commerce* terkemuka.

Daftar Pustaka

- Irmawati, Dewi. "Pemanfaatan *E-Commerce* dalam Dunia Bisnis," *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis VI*, no. 2, (November 2011).
- Sukmajati, Anina. "Penerapan *E-Commerce* untuk Meningkatkan Nilai Tambah (*Added Value*) bagi Perusahaan." *Majalah Tuban Akbar*, Edisi X, Oktober 2015.
- S, Firda Anidya. "Manajemen Investasi Wakaf Produktif Berbasis Syariah (Studi di Aksi Cepat Tanggap)." Skripsi, Institut Ilmu Al-Quran Jakarta, 2017.
- al-Humam, Al-Imam Kamal al-Din Ibn 'Abd al-Rahid al-Sirasi Ibn. *Syarh Fath al-Qadir*. Beirut: Dar al- Kutub al-'Ilmiyyah,tt.
- Muhammad, Abu Su'ud. *Risalah fi Jawāzi Waqf al-Nuqūd*. Beirut: Dar Ibn Hazm, 1997.
- al-Kabisi, Muhammad Abid Abdullah. *Hukum Wakaf* terj. Ahrul Sani Faturrahman dkk. Jakarta: DD Republika dan IIMan, 2004.

- DEPAG RI. *Peraturan Perundangan Perwakafan*. Jakarta: DEPAG RI, 2006.
- Hakim, Abdul. "Manajemen Harta Wakaf Produktif dan Investasi dalam Ekonomi Syariah." *Riptek* 4, no 2 (2010): 22.
- Purwanto. *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelolaan Zakat*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Wadjdy, Farid dan Mursyid. *Wakaf dan Kesejahteraan Umat (Filantropi Islam yang Hampir Terlupakan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Hendra. *Wakaf Uang dalam Penanggulangan Kemiskinan di Indonesia (Studi Kasus Tabung Wakaf Indonesia dan Wakaf Tunai Muamalat Baitulmaal Muamalat)*. Jakarta: PPS UIN Syarif Hidayatullah, 2008.
- Matraji, Abdullah Ubaid "Perkembangan Wakaf di Indonesia berbanding dengan Negara Tetangga." *Republika Newsroom*, Kamis, 05 Februari 2009.
- Djunaidi, Achmad. *Menuju Era Wakaf Produktif*. Jakarta: Mumtaz Publising, 2008.
- Nasution, Mustafa Edwin dan Uswatun Hasanah (ed). *Wakaf Tunai Inovasi Finansial Islam (Peluang dan Tantangan dalam Mewujudkan Kesejahteraan Umat)*. Jakarta: Program Studi Timur Tengah dan Islam Universitas Indonesia, 2006.
- Donna, Duddy Roesmara. "Penerapan Wakaf Tunai pada Lembaga Keuangan Publik Islam," *Journal of Islamic Business and Economics* 1, no.1, (Desember 2007): 87-88.
- Wong, Johny. *Internet Marketing for Beginner*. Jakarta: Elek Media Komputindo, 2011.

Sunarto. *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: Ganindo, 2014.

Jiwasiddi, Angtyasti. "Ragam E-Commerce: Kelebihan dan Kekurangannya." diakses pada 12/1/2017, <http://sbm.binus.ac.id/2016/08/15/ragam-e-commerce-kelebihan-dan-kekurangannya/>.

<https://www.bukalapak.com/act-official>

"Aksi Cepat Tanggap, Wakaf Sumur pertanian Kolektif," diakses 11/9/2017, <https://www.Bukalapak.com/act-official>

"Hak Konsumen," diakses 20 September 2017, <http://ylki.or.id/hak-konsumen/>