

**BUSINESS MODEL CANVAS MANAJEMEN DISTRIBUSI DANA
WAKAF TUNAI ERA COVID 19 PADA DOMPET DHUAFA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Untuk Memenuhi Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Universitas Islam Negeri
SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA

Oleh :

Arfi Silmi

NIM : 1118086000054

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH

JAKARTA

1444 H / 2023 M

**BUSINESS MODEL CANVAS MANAJEMEN DISTRIBUSI DANA
WAKAF TUNAI ERA COVID 19 PADA DOMPET DHUFA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Untuk Memenuhi Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

Arfi Silmi

NIM : 1118086000054

Di Bawah Bimbingan



Dr. Nofrianto, M.Ag

NIP. 197611112003121002

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH

JAKARTA

1444 H / 2023 M

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

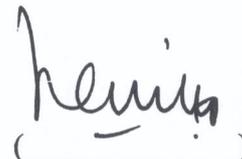
Hari ini senin, 23 Mei 2022 telah dilakukan Ujian Komprehensif atas mahasiswa :

1. Nama : Arfi Silmi
2. NIM : 11180860000054
3. Program Studi : Ekonomi Syariah
4. Judul Skripsi : Business Model Canvas Manajemen Distribusi Dana Wakaf Tunai Era Covid 19 Pada Dompok Dhuafa

Setelah mencermati dan memperhatikan penampilan dan kemampuan yang bersangkutan selama proses Ujian Komprehensif, maka diputuskan bahwa mahasiswa tersebut dinyatakan LULUS dan diberi kesempatan untuk melanjutkan ke tahap Ujian Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Jakarta, 23 Mei 2022

1. Dr. Nofrianto, M.Ag
NIP. 197611112003121002



Penguji I

2. Dr. Prilla Kurnia Ningsih, Lc, M.Esy
NIDN. 2008048301



Penguji II

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

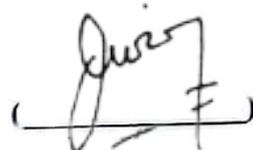
Hari ini Senin, 15 Mei 2023 telah dilakukan Ujian Skripsi atas mahasiswa :

1. Nama : Arfi Silmi
2. NIM : 11180860000054
3. Program Studi : Ekonomi Syariah
4. Judul Skripsi : Business Model Canvas Manajemen Distribusi Dana Wakaf Tunai Era Covid 19 oleh Dompok Dhuafa

Setelah mencermati dan memperhatikan penampilan dan kemampuan yang bersangkutan selama proses Ujian Skripsi, maka diputuskan bahwa mahasiswa tersebut dinyatakan LULUS dan diberi kesempatan untuk melanjutkan ke tahap Ujian Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

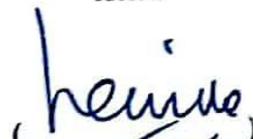
Jakarta, 15 Mei 2023

1. Dwi Nur'aini Ihsan, S.E., M.M
NIP. 197710212014112001



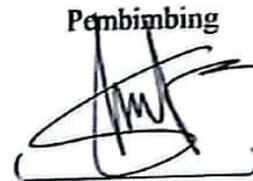
Ketua

2. Dr. Nofrianto, M.Ag
NIP. 197611112003121002



Pembimbing

3. Ady Cahyadi, S.E., M.Si
NIDN. 2015038202



Penguji Ahli

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arfi Silmi
NIM : 11180860000054
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.
2. Tidak melakukan plagiat terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.

Jikalau di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan, ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenakan sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 15 May 2023

Y

Arfi Silmi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Arfi Silmi
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
3. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 29 Juli 1998
4. Kewarganegaraan : Indonesia
5. Agama : Islam
6. Alamat : Jl.Pancoran Barat 7 No.18a Rt.013/06,
Pancoran, Jakarta Selatan
7. No Hp : 085211180128
8. Email : arfisilmi91@gmail.com

II. PENDIDIKAN

- 1.2003-2004 : RA. Al-Falah
- 2.2004-2010 : M.I Al-Khairiyah
- 3.2010-2013 : MTs. Al-Khairiyah
- 4.2013-2017 : Pondok Modern Darussalam Gontor Ponorogo
- 5.2018-2023 : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

III. PENGALAMAN ORGANISASI

1. OSIS MTs. Al-Khairiyah (2011-2012) Ketua 1

2. Syiria Lt.2 Darussalam Gontor Ponorogo (2015-2016) Ketua Bagian Bahasa Rayon
3. OPPM Darussalam Gontor Ponorogo (2016-2017) Anggota Bagian Bahasa
4. HMI Komisariat FEB Cabang Ciputat (2018) Anggota
5. ELC UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2019-2020) Anggota Bagian Operasional
6. HIPMI PT UIN Jakarta (2020) Kepala Bidang 4
7. Indonesia Millenial Connect (2020-2021) Kepala Bidang Ekonomi
8. LiSEnSi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2021-2022) Anggota Bagian Kewirausahaan
9. HMPS Ekonomi Syariah (2021-2022) Ketua Umum
10. 197611112003121002

IV. PENGALAMAN KERJA

1. Pondok Modern Darussalam Gontor Kampus 4 Banyuwangi (2017-2018) Guru
2. Mumtaz Islamic Mentoring (2022-Sekarang) Guru Private
3. PT Madani Sentra Multi Jasa (2022-Sekarang) Staff Business Development

V. LATAR BELAKANG KELUARGA

1. Ayah : H.Achmad Syamsul Ulum, S.H
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 10 Oktober 1961
3. Pekerjaan : Pensiunan Dosen

4. Ibu : Latifah Setianingsih, S.Pd
5. Pekerjaan : Wiraswasta
6. Alamat : Jl.Pancoran Barat 7 no.18a Rt.013/06,
Pancoran, Jakarta Selatan
7. Anak ke : 2 dari 3 bersaudara

ABSTRACT

Cash Waqf has been one choice of best Islamic philanthropy instrument. Cash Waqf has a big role in every single human problem, including covid nineteen alleviation. This study aims to determine the cash waqf distribution strategy of Nazir Waqf Dompot Dhuafa during covid 19 era using Business Model Canvas for Social Enterprise approach as well as the elements that become the strengths of cash waqf distribution era covid 19. This study uses a descriptive qualitative approach. Data collection by direct interview with the parties of Nazir Wakaf Dompot Dhuafa, observation, and documentation. The results of this study indicates that Nazir Wakaf Dompot Dhuafa makes health sector as their main target in distributing cash waqf during covid 19 and classify the segmentations into two, all society which affected by covid nineteen and specific for eight asnaf. On the other side, Nazir Waqf Dompot Dhuafa having a good relationship with their waqif and benefit recipients with hopes that this waqf cycle could be run all over again and the benefit recipients could be level up to be waqif once. Then the researcher describes the strategy into fourteen elements of Business Model Canvas for Social Enterprise and finding the strength elements with software Atlas Ti. Elements of Social Value Proposition become the strength elements in distributing cash waqf during covid nineteen by Nazir Waqf Dompot Dhuafa. They also have a lot of partnerships in distributing their waqf fund so that can be felt with most of parties in need.

Keywords : Cash Waqf, Covid 19, Business Model Canvas for Social Enterprise, Nazir Waqf Dompot Dhuafa Atlas Ti.

ABSTRAK

Wakaf Tunai telah menjadi salah satu pilihan terbaik dalam instrument filantropi islam. Wakaf tunai telah berperan penting dalam berbagai persoalan kehidupan manusia, termasuk dalam proses pengentasan pandemi covid 19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi distribusi dana wakaf tunai Nazir Wakaf Dompot Dhuafa pada era covid 19 dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas for Social Enterprise serta aspek yang menjadi penguat dari strategi distribusi dana wakaf oleh Dompot Dhuafa di era covid 19 dengan menggunakan software atlas ti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara secara langsung kepada pihak Nazir Wakaf Dompot Dhuafa, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nazir Wakaf Dompot Dhuafa mendistribusikan dana wakaf nya pada masa covid dengan menjadikan sektor kesehatan sebagai target utama dan mengklasifikasikan segmentase nya menjadi dua, yaitu seluruh masyarakat yang terpapar covid 19 dan semua orang yang termasuk kedalam golongan delapan asnaf. Disisi lain, Nazir Wakaf Dompot Dhuafa juga menjalin hubungan baik kepada para pewakif maupun penerima manfaat agar rantai perputaran wakaf terus bergulir dan diharapkan para penerima manfaat dapat naik tingkat menjadi pewakif pada nantinya. Kemudian peneliti menjabarkan dalam empat belas elemen Business Model Canvas for Social Enterprise dan mencari elemen terkuat dengan menggunakan software Atlas Ti. Elemen Social Value Proposition menjadi faktor terkuat dalam strategi distribusi dana wakaf Dompot Dhuafa selama covid 19. Nazir Wakaf Dompot Dhuafa juga memiliki mitra yang begitu banyak sehingga dalam proses pendistribusian nya dapat lebih dirasakan oleh banyak pihak yang membutuhkan.

Kata Kunci : Wakaf Tunai, Covid 19, Business Model Canvas for Social Enterprise, Nazir Wakaf Dompot Dhuafa, Atlas Ti

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala nikmatnya; iman, islam, kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini. Shalawat dan Salam senantiasa tercurahkan kepada baginda kita Nabi akhir Zaman yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan hingga zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Skripsi yang berjudul “Business Model Canvas Manajemen Distribusi Dana Wakaf Tunai Era Covid 19 Pada Dompot Dhuafa” ini disusun serta diajukan kepada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Penulis harap agar skripsi ini bermanfaat serta dapat menambah wawasan bagi seluruh pihak. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan banyak pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ibnu Qizam, SE., M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
2. Bapak Ali Rama, S.E., M.Ec., Ph.D selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
3. Bapak Ady Cahyadi, S.E., M.Si selaku Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bantuan dan arahan akademik kepada penulis selama perkuliahan.
4. Bapak Dr.Nofrianto,M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan ilmu, motivasi dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Seluruh jajaran dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang berharga bagi penulis. Serta seluruh karyawan dan staf Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Jakarta yang telah memberikan pelayanan terbaik kepada penulis semasa perkuliahan.

6. Keluarga penulis yakni Ayah H.Achmad Syamsul Ulum, S.H dan Ibu Latifah Setianingsih, S.Pd serta kakak Azam Hawari,S.H dan adik Mizan Adlani yang senantiasa selalu memberikan dorongan kepada penulis dalam proses perkuliahan hingga tahap penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat termotivasi untuk selalu maju menatap masa depan. Semoga Allah senantiasa melindungi mereka dan semoga penulis beserta keluarga bisa mendapatkan syafaat dari Nabi Muhammad SAW, aamiin.
7. Bapak Bobby P Manulang selaku General Manager Fundraising Nazir Wakaf Dompot Dhuafa dan Ibu Sulistiqomah selaku Partnership Manager Nazir Wakaf Dompot Dhuafa serta Mas Syafruddin selaku Corporate Secretary yang telah membantu peneliti dalam memberikan informasi terkait penelitian ini.
8. Segenap jajaran serta pengurus Nazir Wakaf Dompot Dhuafa yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses penelitian ini.
9. Teruntuk diri sendiri yang telah berusaha dan berjuang sejauh ini sehingga peneliti dapat meraih sedikit demi sedikit apa yang menjadi impian selama ini. Semoga peneliti senantiasa mendapatkan kemudahan disepanjang hidupnya baik di dunia maupun akhirat, aamiin.
10. Kakak tingkat abang Irfan Ilmi, S.E., M.M yang telah membatu penulis dalam proses penelitian ini.
11. Seluruh rekan-rekan Program Studi Ekonomi Syariah 2018 terkhusus teman-teman 18C yang telah menemani penulis dalam perjuangan meraih gelar sarjana ini, semoga kita semua dapat meraih masa depan yang cerah seperti yang diharapkan, aamiin.
12. Rekan- rekan HMPS Ekonomi Syariah 2021-2022.
13. Rekan-rekan ELC UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2018.
14. Rekan-rekan Sariya Band, Mallika Nurwin Fitria, Namira Yuliana Putri, Muhammad Nu'man, dan Kevin Duta Akbar.

15. Partner baik penulis Adinda Aprilia yang senantiasa mendukung penulis untuk terus maju dan bertumbuh.

16. Seluruh pihak yang tidak dapat tersebut satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran dan masukan dari berbagai pihak guna menyempurnakan penelitian ini.

Jakarta, 15 May 2023

Arfi Silmi

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
<i>ABSTRACT</i>	8
ABSTRAK	9
KATA PENGANTAR.....	10
DAFTAR ISI.....	13
BAB I.....	18
PENDAHULUAN	18
A.Latar Belakang Masalah	18
B.IDENTIFIKASI MASALAH	23
C.RUMUSAN MASALAH.....	23
D.TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	24
BAB II.....	25
LANDASAN TEORI	25
A.Strategi Manajemen Distribusi Dana Wakaf Tunai Dengan BMC.....	25
1. Gambaran Umum Tentang Wakaf	25
a) Definisi Wakaf.....	25
b) Perbedaan Wakaf Uang dan Wakaf Melalui Uang	26
2. Peran Wakaf.....	27
a) Peran Wakaf dalam Bidang Kesehatan.....	27
b) Peran Wakaf Bidang Ekonomi.....	27
c) Peran Wakaf dalam Bidang Pendidikan.....	28
d) Peran Wakaf dalam Bidang Sosial.....	28
3. Business Model Canvas for Social Enterprise	28
a) <i>Key Resource</i>	31
b) <i>Key Activities</i>	31
c) <i>Channels</i>	32

d) <i>Cost Structure</i>	32
e) <i>Social Value Proposition</i>	32
f) <i>Non-targeted Stakeholders / Key Partnership</i>	33
g) <i>Customer and Beneficiaries / Customer Segment</i>	33
h) <i>Customer and Beneficiaries Engagement / Customer Relationship</i>	33
i) <i>Income / Revenue Stream</i>	34
j) <i>Mission Values</i>	34
k) <i>Objectives</i>	34
l) <i>Impact Measures</i>	34
m) <i>Output Measures</i>	34
n) <i>Governance</i>	35
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Pemikiran	38
BAB III	39
METODE PENELITIAN	39
A. Ruang Lingkup Penelitian	39
B. Sumber Data	40
1. Data Primer	40
2. Data Sekunder	40
C. Metode Penghimpunan Data	40
1. Wawancara	41
2. Observasi	41
3. Dokumentasi	41
D. Metode Analisis Data	42
1. Editing	42
2. Klasifikasi	42
3. Verifikasi	43
4. Analisis	43
4.1 <i>Grounded Theory</i>	43
4.2 <i>Analisa Business Model Canvas</i>	44
4.3 <i>Analisa dengan Atlas Ti</i>	44
5. Penarikan Kesimpulan	44
BAB IV	45
PEMBAHASAN	45

A. Gambaran Umum Nazir Wakaf Dompot Dhuafa	45
1. Sejarah Nazir Wakaf Dompot Dhuafa	45
2. Visi dan Misi Nazir Wakaf Dompot Dhuafa.....	47
3. Struktur Organisasi Nazir Wakaf Dompot Dhuafa	47
4. Program-Program Nazir Wakaf Dompot Dhuafa.....	48
B. Analisis dengan Business Model Canvas for Social Enterprise	51
C. Analisa dengan Atlas Ti.....	93
D. Pembahasan.....	102
BAB V	105
PENUTUP.....	105
A.Kesimpulan	105
B.Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	110
1. Verbatim Wawancara.....	110
2. Surat Izin Penelitian.....	195
3. Dokumentasi	197
4. Hasil Analisa BMC.....	202
5. Hasil Network Analisa Atlas Ti.....	203

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 : Business Model Canvas	30
Gambar 2. 2 : Business Model Canvas for Social Enterprise	30
Gambar 2. 3 : Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4. 1 : Sertifikat Izin Nazir Wakaf.....	46
Gambar 4. 2 : Sertifikat Izin Nazir Wakaf Tunai.....	46
Gambar 4. 3 : Struktur Organisasi Dompot Dhuafa.....	47
Gambar 4. 4 : BMC Customer & Beneficiaries	58
Gambar 4. 5 : BMC Social Value Proposition.....	64
Gambar 4. 6 : BMC Channels.....	68
Gambar 4. 7 : BMC Customer & Beneficiaries Engagement	72
Gambar 4. 8 : BMC Income.....	74
Gambar 4. 9 : BMC Key Activities.....	77
Gambar 4. 10 : BMC Key Resource	80
Gambar 4. 11 : BMC Non Targeted Stakeholders	83
Gambar 4. 12 : BMC Cost Structure.....	85
Gambar 4. 13 : BMC Mission Values.....	87
Gambar 4. 14 : Objectives	88
Gambar 4. 15 : Output Measures	89
Gambar 4. 16 BMC Impact Measures	91
Gambar 4. 17 : Struktur Regulator Dompot Dhuafa	92
Gambar 4. 18 : BMC Governance	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Distribusi Dana Wakaf Dompot Dhuafa 2015-2021	21
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1 Data Narasumber	41
Tabel 4. 1 Segmentase Penerima Manfaat Wakaf Dompot Dhuafa	55
Tabel 4. 2 Daftar Rumah Sakit Wakaf Dompot Dhuafa	56
Tabel 4. 3 Klasifikasi Value Proposition	59
Tabel 4. 4 Jenis-jenis Pelayanan Terhadap Customer	68
Tabel 4. 5 Mitra Dompot Dhuafa	83
Tabel 4. 6 Hasil Analisa Atlas Ti Narasumber 1	94
Tabel 4. 7 Hasil Analisa Atlas Ti Narasumber 2	96
Tabel 4. 8 Hasil Analisa Atlas Ti Gabungan	99
Tabel 4. 9 Data Penghimpunan Dana Wakaf oleh Dompot Dhuafa	101

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Wakaf telah menjadi dana abadi yang telah dihimpun dari sebagian masyarakat untuk dapat dinikmati oleh para penerima manfaat secara umum dalam segala aspek kehidupan (Fuadi, 2018). Menurut (Setiadi et al., 2020) wakaf merupakan instrument filantropy yang mampu merambah segala lini kehidupan manusia bukan hanya dalam lingkup keagamaan tetapi juga dalam lingkup ekonomi, pendidikan, sosial, hingga layanan kesehatan.

Wakaf tunai menjadi produk wakaf yang ramai dibicarakan saat ini. Hasil dari keuntungan akan didistribusikan kepada penerima manfaat dalam bentuk uang tunai untuk meningkatkan standar kehidupannya. (Ilham, 2019). Wakaf tunai menjadi salah satu opsi penting dalam proses pembangunan perekonomian negara.

Wakaf tunai dalam kondisi pandemi covid 19 memiliki peran penting dalam membantu pengentasan virus corona yaitu dengan pembangunan rumah sakit wakef untuk pasien covid 19, wakaf masker, wakaf APD, dan termasuk dalam pendanaan vaksin covid 19 (Nurjannah & Abdullah, 2020). Dengan proses pendistribusian yang tidak memiliki batasan sebagaimana zakat, wakaf bisa menjadi alternatif penting dalam pengentasan virus corona.

Nazir memiliki peran sentral dalam pengelolaan dan pengembangan aset wakaf. Cara nazir dalam memperlakukan aset wakaf akan menentukan kualitas dan kuantitas pemanfaatan aset wakaf, sehingga keberadaan tim kerja yang profesional menjadikan aset wakaf akan semakin berkembang dan produktif (Munawar, 2021).

(Akhlaq et al., 2021) Menjelaskan bahwa suatu lembaga harus memiliki nazir yang kompeten dan memiliki pengetahuan umum tentang hukum wakaf. Selain itu, proses feasibility study sebelum memilih bisnis serta proses penghimpunan dengan cara pendekatan personal kepada para wakif juga dapat menjadi faktor optimalisasi dana wakaf agar alur wakaf dapat terus berjalan dengan baik.

Pandemi covid 19 merupakan kejadian yang sangat besar dan tidak pernah terduga akan berlangsung selama lebih dari 2 tahun. Covid 19 yang semula hanya menyebabkan pada krisis kesehatan juga mengakibatkan krisis ekonomi, hal ini disebabkan oleh pembatasan aktifitas masyarakat akibat kebijakan *lockdown*, *social distancing* dan karantina. Penyebaran virus yang drastic juga menyebabkan masyarakat melakukan penimbunan pada bahan-bahan pokok dan memilih menyimpan serta menginvestasikan uangnya yang menyebabkan terhambatnya arus perekonomian negara (Ozili & Arun, n.d.).

Beberapa penelitian dari lembaga terpercaya menyatakan bahwa efek negatif sebesar 1,1% terjadi pada 2020, EIU juga memprediksi bahwa perekonomian akan merosot hingga 2,2%, Fitch juga memprediksi perekonomian dunia akan menyentuh minus 3% (Baldwin et al., 2020). Di Indonesia sendiri, Sri Mulyani Indrawati (Menteri Keuangan RI) juga memprediksi bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia akan mengalami penurunan hingga 0,4% dalam skenario terburuk (Azwar, 2020).

Buku Perencanaan Wakaf hasil olahan data Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) menjelaskan bahwa potensi wakaf di Indonesia selama pandemi Covid-19 sangat beragam, diantaranya meliputi; aset wakaf tanah

di Indonesia senilai 2.000 triliun rupiah, wakaf uang di Indonesia mencapai 188 triliun rupiah, tingkat kedermawanan penduduk Indonesia menempati negara nomor satu paling dermawan berdasarkan World Giving Index tahun 2021, luas tanah wakaf baik yang sudah bersertifikat maupun belum bersertifikat tidak kurang dari 54.128,54 Ha dengan luas yang lebih dari Malaysia dan Singapura, jumlah nadzhir terbanyak di dunia dengan jumlah ribuan nadzhir perorangan dan 285 nadzhir wakaf uang per Juni 2021, serta dengan standar pengelolaan wakaf yang menggunakan standar pengelolaan berskala internasional yang biasa disebut dengan Waqf Core Principles (WCP). (Rizqi Bhakti Nur Sayuta, 2022).

Distribusi merupakan salahsatu komponen manajemen suatu badan wakaf. Distribusi sendiri berarti proses penyaluran sesuatu dari satu pihak kepada pihak lainnya. Dalam hal ini, distribusi dana wakaf berarti proses menyalurkan segala dana wakaf yang dikumpulkan nazhir dari para wakif kepada mauquf ‘alaih (Jamal et al., n.d.). Distribusi menjadi sangat penting karena proses inilah yang menentukan apakah amanah para wakif bisa sampai kepada calon penerima manfaat wakaf yang sesungguhnya atau tidak.

Manajemen distribusi yang baik juga menjadi pengaruh besar dari berkembangnya suatu lembaga wakaf (Indra & Hakim, 2020). Tanpa manajemen distribusi yang baik, manfaat wakaf tidak mungkin bisa dirasakan secara maksimal oleh para penerima manfaat wakaf. Dalam upaya optimalisasi distribusi juga dibutuhkan strategi dan salah satu metode yang bisa menggambarkan strategi tersebut adalah dengan menggunakan Business Model Canvas.

Business Model Canvas for Social Enterprise digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi suatu lembaga dalam proses pengelolaannya. (Hasanah et al., 2021) mengatakan bahwa faktor yang menjadikan pengelolaan wakaf bisa berjalan maksimal dengan meningkatkan profesionalitas nazir dalam hal manajemen wakaf entrepreneur. Kemudian (Akhlaq et al., 2021) juga mengatakan bahwa strategi yang dilakukan untuk memaksimalkan pengelolaan dana wakaf adalah dengan memiliki nazir yang kompeten dan memiliki pengetahuan tentang hukum wakaf, melakukan feasibility study sebelum melakukan bisnis dan melakukan pengumpulan dana wakaf dengan pendekatan personal kepada potensial wakif.

Yayasan Dompot Dhuafa menjadi pionir lembaga wakaf yang menerapkan konsep wakaf tunai di Indonesia. Proses pendistribusian yang dilakukan oleh tabung wakaf yaitu dalam bentuk perdagangan, peternakan, dan sektor ekonomi lainnya, baik produktif maupun non produktif seperti layanan kesehatan cuma-cuma dan berbagi layanan sosial lainnya (Thooyar, 2018). Disisi lain, Yayasan Dompot Dhuafa juga telah tersertifikasi menjadi nazir wakaf tunai oleh Badan Wakaf Indonesia (Muthohar, 2020). Hal ini menjadikan Dompot Dhuafa mendapatkan kepercayaan yang baik dimata masyarakat akan proses pendistribusian nya.

Tabel 1. 1 Data Distribusi Dana Wakaf Dompot Dhuafa 2015-2021

Tahun	Total Distribusi Dana
2015	4.746.774.258
2016	10.380.077.036

2017	8.212.701.681
2018	9.575.385.399
2019	10.102.413.293
2020	11.496.584.845
2021	13.506.036.966

Sumber : <https://publikasi.dompetchuafa.org/downloads/annual-report/>

Data diatas menunjukkan bahwa Nazir Wakaf Dompetchuafa memiliki Riwayat pendistribusian dana wakaf yang baik dalam kurun waktu 7 tahun terakhir yaitu diawali dari tahun 2015 dengan total distribusi dana wakaf sebesar 4,7 Miliar dan meningkat drastis ditahun berikutnya menuju 10,3 Miliar, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2017 menjadi 8,2 Miliar. Namun sejak tahun 2017 hingga tahun 2021 terus mengalami peningkatan bahkan pada saat masa pandemi covid 19 yang terjadi sejak tahun 2020.

Dengan data ini timbul pertanyaan, bagaimana strategi yang dilakukan Nazir Wakaf Dompetchuafa dalam proses pendistribusian nya sehingga mampu memiliki trend positif yang selalu meningkat tiap tahunnya bahkan pada masa pandemi covid 19?

Dari permasalahan diatas, penulis ingin melakukan penelitian lebih mendalam tentang bagaimana strategi manajemen distribusi yang digunakan oleh Yayasan Dompetchuafa pada masa pandemic covid 19 sehingga bisa mencakup jangkauan yang luas dalam penebaran manfaat dari dana wakaf. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan 14 komponen Business Model Canvas untuk lembaga

sosial yang berfungsi untuk mengetahui strategi manajemen distribusi dana wakaf dari 14 komponen itu. Penelitian ini pada akhirnya akan diangkat menjadi topik bahasan skripsi dengan judul **BUSINESS MODEL CANVAS MANAJEMEN DISTRIBUSI DANA WAKAF TUNAI ERA COVID 19 PADA DIMPET DHUAFI**.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

1. Wakaf tunai menjadi jawaban bahwa distribusi wakaf tidak selalu untuk masjid, makam dan madrasah
2. Sistem Wakaf Tunai dapat menjadi solusi bagi setiap permasalahan hidup manusia salah satunya dalam pengentasan pandemic covid 19
3. Pendistribusian wakaf berdasarkan permasalahan terkini manusia berdampak pada meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap dampak wakaf.

C. RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi manajemen distribusi dana wakaf tunai Dimpet Dhuafa pada masa pandemi Covid 19 dengan menggunakan Business Model Canvas for Social Enterprise?
2. Apa sajakah faktor-faktor yang menjadi kekuatan dari strategi distribusi dana wakaf Dimpet Dhuafa pada masa pandemi Covid 19?

D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Menganalisa strategi manajemen distribusi dana wakaf tunai Dompot Dhuafa pada masa pandemi Covid 19 dengan Business Model Canvas.
- b. Menganalisa faktor-faktor yang menjadi kekuatan dari strategi distribusi dana wakaf Dompot Dhuafa pada masa pandemi Covid 19.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan tambahan dalam melakukan penelitian dan menjadi tambahan wawasan keilmuan tentang strategi distribusi dana wakaf tunai.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi untuk seluruh lembaga, donatur agar mampu berlomba-lomba dalam kebaikan dan bisa menjadi pengetahuan untuk masyarakat tentang pentingnya wakaf bagi kemaslahatan umat.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Manajemen Distribusi Dana Wakaf Tunai Dengan BMC

1. Gambaran Umum Tentang Wakaf

a) Definisi Wakaf

Wakaf berasal dari Bahasa Arab yaitu *waqafa-yaqifu* yang artinya berhenti, diam atau menahan. Ulama Fiqh telah sepakat untuk mengambil definisi wakaf sebagai al-habs yang artinya menahan. (Jamal et al., n.d.) Sedangkan menurut para ulama yang tertuang dalam UU Nomor 41 Tahun 2004, wakaf merupakan 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. (Yusali, 2019).

Dalam penerapannya, wakaf terbagi menjadi dua macam, yaitu wakaf benda tidak bergerak dan wakaf benda bergerak. Wakaf benda tidak bergerak adalah proses menyerahkan harta benda bergerak seperti tanah, bangunan, kendaraan, dan lain-lain. Tipe wakaf ini merupakan yang sudah lama diterapkan di Indonesia yang biasa disebut dengan istilah 3M, yaitu Masjid, Makam, dan Madrasah. Sedangkan wakaf benda bergerak adalah suatu proses menyerahkan harta benda berupa uang tunai guna dimanfaatkan untuk masyarakat luas agar dapat dirasakan manfaatnya

secara merata. (Fahruroji, 2019) Wakaf jenis ini yang saat ini banyak dibicarakan karena potensinya yang cukup besar dan biasa disebut sebagai wakaf tunai

Wakaf merupakan salah satu instrument filantropi islam yang memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan instrument lainnya. Wakaf tidak terbatas dalam kadar dan waktu pemberian harta, wakaf juga tidak memiliki golongan penerima khusus seperti yang ada dalam instrument zakat, serta harta wakaf bisa dialokasikan ke macam-macam benda seperti infrastruktur untuk mendorong kemudahan kehidupan manusia. (Nurjannah & Abdullah, 2020)

b) Perbedaan Wakaf Uang dan Wakaf Melalui Uang

Wakaf uang adalah wakaf yang dilakukan dengan uang tunai untuk kemudian dialokasikan untuk kegiatan sektor riil yang hasilnya akan di distribusikan kepada penerima manfaat wakaf. (Thoyyar, 2018)

Sedangkan wakaf melalui uang adalah wakaf yang dilakukan dengan menghimpun dana wakaf dari para wakif untuk kemudian di alokasikan secara langsung kepada penerima manfaat wakaf dalam bentuk barang produktif. (Fahruroji, 2019)

2. Peran Wakaf

a) Peran Wakaf dalam Bidang Kesehatan

Kebutuhan manusia akan pelayanan kesehatan yang baik telah menjadi kebutuhan primer. Wakaf dapat menjadi solusi penting dalam proses pengadaan layanan kesehatan bagi masyarakat.

Menurut (Pamungkas, 2021) manajemen wakaf dalam bidang kesehatan sangat diperlukan karena wakaf dalam bidang kesehatan tidak hanya tentang pengadaan aset rumah sakit atau klinik, melainkan juga diperlukan kebutuhan operasional rumah sakit yang harus menjadi pertimbangan matang.

b) Peran Wakaf Bidang Ekonomi

Wakaf kontemporer telah menghasilkan banyak temuan produk baru yang bisa dimanfaatkan untuk keperluan manusia dibanyak sektor, salah satunya dalam sektor ekonomi. (Thoyyar, 2018) Wakaf mampu menjadi salah satu sarana untuk menyelesaikan permasalahan ekonomi suatu bangsa, karena dengan wakaf, infrastruktur bisa berdiri kokoh yang pada akhirnya membantu `menopang proses ekonomi suatu bangsa. (Ilham, 2019)

Wakaf dapat menjadi solusi dari penyebaran harta kekayaan dari yang kaya kepada yang miskin, hal ini juga bisa berdampak pada berkurangnya kesenjangan ekonomi dikalangan masyarakat sehingga distribusi kekayaan dapat merata bagi seluruh kalangan (Hasanah et al., 2021)

c) Peran Wakaf dalam Bidang Pendidikan

Pendidikan telah menjadi satu bagian penting yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Tanpa pendidikan yang baik, suatu bangsa tidak akan mengalami kemajuan yang baik. Oleh karena itu, pendidikan memiliki pengaruh yang sangat besar dalam proses kemajuan suatu bangsa (Rahim et al., 2019).

Peran dan fungsi wakaf dalam pendidikan tidak perlu diragukan lagi. Banyaknya sekolah serta kampus yang berdiri dari hasil dana wakaf menjadi bukti bahwa wakaf telah berperan penting dalam dunia pendidikan.

d) Peran Wakaf dalam Bidang Sosial

Wakaf dalam bidang sosial bukan lagi suatu hal yang asing dikalangan masyarakat. Tingkat valuasi tanah wakaf sebesar 2000 triliun menjadi salah satu bukti bahwa wakaf telah berperan penting dalam bidang sosial yangmana tanah tersebut banyak digunakan untuk bangunan yang dapat digunakan oleh banyak pihak dalam kegiatan sosial. (Rosana, 2021)

Wakaf tunai pun sudah banyak memberikan manfaat bagi kehidupan sosial masyarakat, seperti wakaf sumur yang bisa digunakan masyarakat sekitar untuk keperluan kehidupan sehari-hari sehingga masyarakat dapat mengkonsumsi air layak pakai untuk keperluan sehari-hari. (Thoyyar, 2018)

3. Business Model Canvas for Social Enterprise

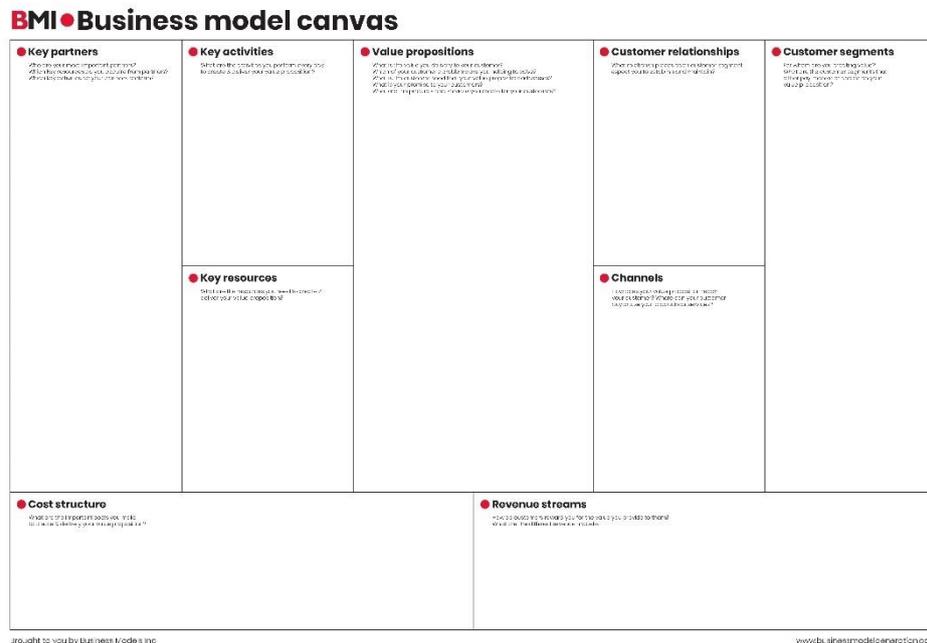
Suatu perusahaan harus mengetahui bagaimana pola yang diarahkan pemilik guna mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam proses tersebut dibutuhkanlah suatu model bisnis.

Salah satu model bisnis yang biasa digunakan oleh kebanyakan perusahaan adalah *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* merupakan suatu konsep yang digunakan untuk menggambarkan pola bisnis guna menjelaskan tentang strategi, kelebihan, serta proses kerja suatu perusahaan. (Meranga, 2019)

Menurut (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019), *Business model canvas* merupakan pola bisnis suatu perusahaan diciptakan dengan membahas pada 9 komponen, yaitu *Key Activities, Key Resource, Key Partnership, Value Proposition, Customer Segment, Cost Structure, Customer Relationship. Channels, Revenue Streams*.

Tujuan pembuatan *Business Model Canvas* adalah untuk mengetahui gambaran singkat suatu perusahaan yang tersusun dalam 9 komponen, yaitu *Key Partners, Key Activities, Key Resources, Value Proposition, Customer Relationship, Channels, Customer Segments, Cost Structure, Revenue Stream*. Ilustrasi Business Model Canvas digambarkan pada gambar 2.1

Gambar 2. 1 : Business Model Canvas



Sumber : <https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas/>

Menurut Sergio Sparviero (Sparviero, 2019), Konsep *Business Model Canvas* yang dirancang oleh Alexander Osterwalder belum memenuhi kriteria kebutuhan untuk mendeskripsikan bisnis model perusahaan atau lembaga sosial. Dari 9 komponen BMC, Ia menambahkan 5 komponen baru khusus untuk perusahaan atau lembaga sosial, yaitu *mission values, objectives, impact measures, output measures, dan governance*. Berikut contoh peta *business model canvas* untuk lembaga sosial

Berikut 14 komponen *Business Model Canvas for Social Enterprise* :

Gambar 2. 2 : Business Model Canvas for Social Enterprise

Governance (GOV)			
Non-Targeted Stakeholders (NtS)	Key Resources (KR)	Channels (CH)	Customers & Beneficiaries (C & B)
	Key Activities (KA)	Customer & Beneficiaries Engagement (C&B E)	
Mission Values (MV)		Social Value Proposition (SVP)	Impact Measures (IM)
Objectives (Obj)			Output Measures (OM)
Cost Structure (CS)		Income (IS)	

Sumber : Business Model Canvas Dimodifikasi Oleh Sergio Sparviero

a) Key Resource

Key Resources merupakan gambaran dari sumber daya apa saja yang dimiliki suatu perusahaan atau lembaga dalam menopang kegiatan utama perusahaan atau lembaga tersebut. Hal ini berguna untuk membantu suatu perusahaan atau lembaga dalam mendapatkan value yang ditawarkan kepada customer. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

b) Key Activities

Bagian ini menjelaskan tentang kegiatan inti apa saja yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menunjukkan value proposition nya. Hal ini penting dilakukan guna terciptanya *value proposition* yang sudah dicanangkan suatu perusahaan. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

c) *Channels*

Channels merupakan bagian yang biasa digunakan suatu perusahaan untuk mampu menyampaikan value yang sudah ditawarkannya kepada customer yang menjadi segmentasinya. (Sparviero, 2019)

d) *Cost Structure*

Bagian ini merupakan gambaran dari besaran biaya yang dikeluarkan suatu perusahaan atau lembaga dalam menjalankan kegiatannya. Bagian ini penting untuk mengetahui berapa besaran biaya yang dibutuhkan suatu perusahaan atau lembaga dalam menjalankan model bisnis yang sudah dirancangnya serta untuk menentukan berapa besaran kelebihan yang dimiliki perusahaan atau lembaga (Sparviero, 2019).

e) *Social Value Proposition*

Social Value Proposition merupakan bagian yang menunjukkan solusi yang ditawarkan dari suatu perusahaan yang dalam hal ini lembaga zakat kepada pewakif dan penerima manfaat wakaf (Sparviero, 2019). Bagian ini menjadi jawaban dari pertanyaan banyak pihak tentang kenapa harus memilih suatu lembaga wakaf dalam mengalokasikan dananya dan apa kelebihan yang dimiliki lembaga tersebut yang tidak dimiliki lembaga lain?

Bagian ini memiliki kaitan yang sangat erat dengan bagian customer segmentation karena merepresentasikan kebutuhan dari para target pasar suatu lembaga wakaf dan apa solusi yang ditawarkan lembaga tersebut. (Qastharin, 2018)

f) Non-targeted Stakeholders / Key Partnership

Bagian ini menggambarkan tentang siapa saja yang menjadi mitra suatu perusahaan atau lembaga dalam menopang kegiatan operasionalnya. Karena pada dasarnya suatu perusahaan atau lembaga tidak mungkin mampu berjalan sendiri dan pasti membutuhkan bantuan pihak eksternal. (Sparviero, 2019) Maka dari itu, bagian ini menjadi penting untuk membantu suatu perusahaan dalam mendapatkan sumber daya tambahan dan mengurangi resiko serta meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasional.

g) Customer and Beneficiaries / Customer Segment

Bagian ini merupakan salah satu bagian terpenting dalam perumusan model bisnis suatu perusahaan atau lembaga. Dari kolom ini perusahaan bisa mengetahui kemana arah yang akan dituju dari produk-produk yang ditawarkan nya. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

Dalam lembaga wakaf, elemen yang harus ada adalah segmentasi kelompok pewakif, segmentasi kelompok pengguna produk yang dihasilkan oleh lembaga wakaf, dan segmentasi kelompok penerima manfaat wakaf. (Qastharin, 2018)

h) Customer and Beneficiaries Engagement / Customer Relationship

Bagian ini merupakan cara dari suatu perusahaan atau lembaga dalam berhubungan dengan customer nya sehingga terus terjalin hubungan baik antara kedua pihak. (Sparviero, 2019)

Hal ini berguna untuk menunjukkan loyalitas customer terhadap suatu perusahaan dan sebagai wadah untuk meningkatkan eksistensi dan elektabilitas

suatu perusahaan atau lembaga dimata para customernya sehingga nantinya dapat terjaring banyak customer baru dari proses ini.

i) Income / Revenue Stream

Revenue Stream merupakan bagian yang menjelaskan tentang darimana saja sumber pendapatan suatu perusahaan atau lembaga. Hal ini menjadi penting karena kegiatan operasional suatu perusahaan atau lembaga tidak akan bisa berjalan baik tanpa anggaran pendanaan. (Qastharin, 2018)

j) Mission Values

Bagian ini mendefinisikan keadaan akhir atau tujuan organisasi yang lebih tinggi, jangka panjang, dan diinginkan suatu lembaga dalam operasionalnya. (Sparviero, 2019)

k) Objectives

Bagian ini mendefinisikan jangka pendek, mode perilaku yang diinginkan dan target yang lebih praktis dari organisasi (Sparviero, 2019)

l) Impact Measures

Bagian ini mendefinisikan ukuran penilaian nilai misi sebagai tolak ukur dari tercapai atau tidaknya misi yang sudah ditetapkan suatu lembaga. (Sparviero, 2019)

m) Output Measures

Bagian ini mendefinisikan ukuran penilaian tujuan apakah operasional lembaga sudah berhasil mencapai tujuannya atau belum.

Bagian ini menjadi pokok inti utama dari faktor sebelumnya yaitu tercapainya misi lembaga. (Sparviero, 2019)

n) Governance

Bagian ini merupakan faktor yang menetapkan aturan utama dan/atau dewan dan komite yang ditetapkan untuk mengelola organisasi. (Sparviero, 2019)

B. Penelitian Terdahulu

Proses perbandingan dengan penelitian sebelumnya dilakukan guna menghindari dari duplikasi dan menunjukkan relevansi dari semua penelitian yang menjadi bahan rujukan bagi penelitian ini, maka dari itu, penelitian tentang strategi manajemen distribusi dana wakaf dengan pendekatan *Business Model Canvas* pada Yayasan Dompot Dhuafa juga melakukan komparasi sebagai berikut.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

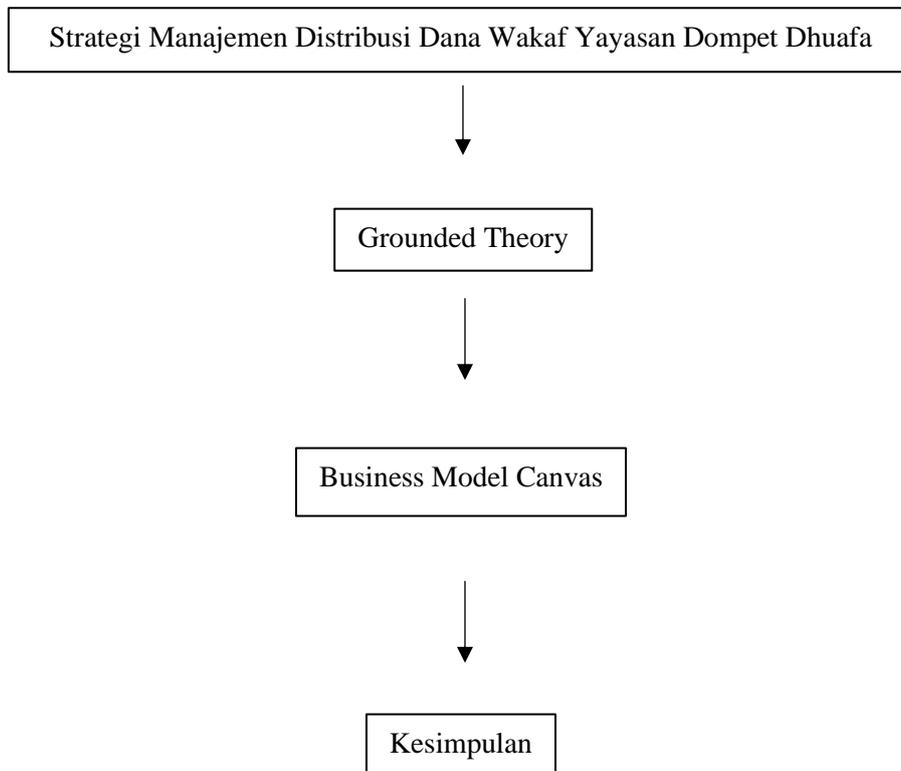
No	Judul	Penulis (Tahun)	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Implementasi Pendistribusian Wakaf Tunai Sebagai Penunjang Usaha Kecil Menengah di Badan Wakaf Uang & Badan Wakaf Tunai MUI Yogyakarta	Mulyono Jamal, Jarman Arroisi, Nia Puji Agustin & Khurun'in Zahro'	Pola pendistribusian dana wakaf yang baik dan terarah dapat meningkatkan pendapatan mauquf 'alahi dan menunjang perkembangan UKM agar lebih produktif.	Memiliki kesamaan dalam pembahasan distribusi wakaf tunai	Panelitian ini membahas tentang apa dampak dari distribusi dana wakaf yang dilakukan dengan baik sedangkan penelitian saya membahas tentang faktor apa yang memiliki pengaruh terbesar dalam distribusi dari 14 faktor BMC.
2	Model Pengelolaan Wakaf Tunai	Sahdulima Yusali, Agus Suman	Pendistribusian dana wakaf dilakukan dengan menginvestasikan ke	Memiliki kesamaan dalam pembahasan	Penelitian saya menggunakan pendekatan Business

	(<i>Waqf Al Nuqud</i>) Sebagai Sarana Pemberdayaan Ekonomi Umat (Studi Kasus Pada Global Wakaf Act Malang)		proyek-proyek yang menguntungkan untuk selanjutnya didistribusikan hasil keuntungannya kepada penerima manfaat.	distribusi wakaf tunai	Model Canvas sebagai strategi pendistribusian dana wakaf sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif
3	Strategi Pengelolaan Wakaf Meraih Kepercayaan Umat, Menuju Optimalisasi Pengumpulan. Studi Kasus Badan Wakaf Al- Quran.	Sofiyon Rudianto, Qurroh Ayuniyyah, Trisiladi Supriyanto	Penelitian ini menjelaskan bahwa salah satu faktor utama dari berhasilnya pengolahan dana wakaf adalah kualitas nazir dalam mengelolanya.	Keduanya membahas tentang strategi pengelolaan dana wakaf	Penelitian ini mencari strategi pengolahan dana wakaf sedangkan penelitian saya mencari faktor terbaik dari 14 faktor BMC dalam pendistribusian dana wakaf
4	Pendayagunaan Dana Wakaf Tunai Dalam Upaya Mengentaskan Krisis Air Bersih Di Yayasan Minhajus Sunnah Surabaya	Wildan Rahmat Wibowo, Muhammad Hasanuddin, Iis Siti Aisyah	Dana wakaf dihasilkan dari donator tetap mereka dan langsung didistribusikan ke penerima manfaat untuk pembangunan sumur sedangkan penelitian saya membahas tentang cara memaksimalkan distribusi dana nya bukan wujud output yang diberikannya.	Keduanya membahas tentang apa saja factor pendukung dalam optimalisasi pendayagunaan dana wakaf	Metode dan Object Penelitian. Penelitian saya menggunakan pendekatan Business Model Canvas dan Object penelitian saya di Yayasan Dompot Dhuafa sedangkan penelitian ini di Yayasan Minhajus Sunnah Surabaya

5	Strategi Pengelolaan Wakaf Uang oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI)	Indah Sulistya, Neneng Hasanah, M. Iqbal Irfany	Penelitian ini menjelaskan peranan penting dari nazir wakaf dimana menjadi faktor utama dalam bertumbuh atau melemahnya wakaf	Keduanya membahas tentang bagaimana peran penting nazir wakaf dalam pengelolaan dana wakaf	Teknik olah data dan object penelitian. Penelitian saya menggunakan software Atlas.ti untuk analisa BMC lebih mendalam kalau penelitian ini menggunakan SWOT
6	The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas : The Social Enterprise Model Canvas	Sergio Sparviero	Terdapat penambahan 5 faktor dalam Business Model Canvas yang digunakan untuk lembaga social yaitu mission values, objectives, impact measures, output measures, dan governance	Keduanya sama-sama membahas tentang BMC untuk lembaga social yaitu dengan penambahan 5 elemen pada BMC	Penelitian ini menjadikan Business Model Canvas sebagai pendekatan penelitian, sedangkan dalam penelitian Sergio Sparviero membahas tentang penyesuaian Business Model Canvas untuk perusahaan atau lembaga sosial.

C. Kerangka Pemikiran

Gambar 2. 3 : Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Ruang lingkup penelitian ini yaitu manajemen distribusi dana wakaf tunai yang menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC) for social enterprise* yang dilakukan di Yayasan Dompot Dhuafa.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi manajemen dana wakaf tunai yang dilakukan oleh Yayasan Dompot Dhuafa dalam proses pendistribusian kepada penerima manfaat wakaf dengan 14 point *Business Model Canvas for Social Enterprise* dan seberapa besar cakupan penerima manfaat wakaf dari strategi tersebut, serta meneliti strategi utama dari manajemen distribusi dana wakaf Yayasan Dompot Dhuafa dari 14 point *Business Model Canvas For Social Enterprise*.

Melalui metode *Grounded Theory* dan pendekatan yang dilakukan yaitu dengan *Business Model Canvas for Social Enterprise*, Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran tentang seberapa besar pengaruh strategi manajemen distribusi dana wakaf pada Yayasan Dompot Dhuafa dan seberapa besar cakupan penerima dana wakaf dengan strategi tersebut.

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data utama yang didapatkan secara langsung dari data-data atau informasi yang langsung dari sumbernya. Pada penelitian kali ini, kami akan mencari data secara langsung ke Yayasan Dompot Dhuafa untuk mendapatkan beberapa data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Metode yang digunakan dalam menghimpun data primer, yaitu :

- 1) Metode Wawancara
- 2) Metode Observasi

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data-data yang didapatkan dari kajian kepustakaan. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil data-data dari seperti journal, berita, buku, dokumentasi dokumen milik Dompot Dhuafa serta bertanya langsung kepada Yayasan Dompot Dhuafa.

C. Metode Penghimpunan Data

Metode penghimpunan data dilakukan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dan berfungsi untuk menguatkan pembuktian proses penelitian.

Penelitian ini menggunakan beberapa metode penghimpunan data, yaitu :

1. Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi antara dua pihak secara tatap muka dimana penanya memiliki tujuan untuk mendapatkan beberapa informasi berkaitan dengan penelitian yang dimiliki oleh responden.

Tabel 3. 1 Data Narasumber

Nama	Jabatan
Bobby Manulang	General Manager Nazir Wakaf Dompot Dhuafa
Sulistiqomah	Partnership Manager Nazir Wakaf Dompot Dhuafa

2. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan secara langsung pada sumber utama untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi langsung ke kantor pusat Yayasan Dompot Dhuafa yaitu di *Philantophy Building, Jl. Warung Jati Barat No.14*. Hal ini dilakukan guna melakukan verifikasi secara langsung terkait data-data yang dimiliki oleh Dompot Dhuafa.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses penghimpunan informasi berupa gambar, dokumen, data, arsip atau lain nya yang dimiliki Yayasan Dompot Dhuafa yang berkaitan serta dapat mendukung penelitian.

D. Metode Analisis Data

Dalam proses analisis data, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan proses studi kasus. Studi kasus pada penelitian ini yaitu pada Yayasan Dompot Dhuafa.

Metode tersebut digunakan peneliti untuk mengolah data yang nantinya didapatkan dari sumber data, baik data primer maupun sekunder. Proses pengolahan data tersebut adalah sebagai berikut :

1. Editing

Proses editing adalah proses dimana peneliti mengulas kembali data yang sudah terkumpul dan memastikan kembali apakah data tersebut sudah cukup baik untuk penelitian dan bisa dilakukan pengolahan data atau tidak.

Dalam Penelitian ini, Proses editing dilakukan peneliti dengan memeriksa kembali semua data yang sudah didapatkan dari informan tentang strategi manajemen dana wakaf tunai Yayasan Dompot Dhuafa dengan tujuan untuk memastikan kembali bahwa data tersebut sudah layak digunakan untuk penelitian ini.

2. Klasifikasi

Proses selanjutnya yang dilakukan peneliti setelah melakukan editing adalah melakukan klasifikasi data, yaitu proses pengelompokan data berdasarkan kebutuhan penelitian.

3. Verifikasi

Setelah mendapatkan data dan mengelompokkan berdasarkan kebutuhan penelitian, peneliti melakukan verifikasi data atau memastikan kembali data tersebut dengan cara bertanya secara langsung kepada informan hasil dari wawancara yang telah dilakukan apakah sudah sesuai atau belum.

4. Analisis

Proses terakhir setelah mendapatkan data valid dan sudah terklasifikasikan adalah melakukan olah data atau menganalisis data tersebut. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan *Business Model Canvas for Social Enterprise* dan proses olah data menggunakan software *Atlas.ti*.

4.1 Grounded Theory

Grounded Theory adalah teori mendalam tentang peristiwa tertentu dikembangkan secara induktif dengan menggunakan serangkaian teknik sistematis tertentu. *Grounded theory* digunakan untuk mengembangkan suatu teori dengan menjawab serangkaian pertanyaan induktif dengan mengaitkan berbagai data sehingga menghasilkan suatu teori (Kosasih, 2018). Teori dibangun dari data yang telah didapatkan dari proses pengumpulan data yang meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui dari 14 komponen *Business Model Canvas for Social Enterprise*, komponen mana yang

menjadi kompoten terpenting dan terbesar dalam strategi manajemen distribusi dana wakaf pada Yayasan Dompot Dhuafa

4.2 Analisa Business Model Canvas

Business Model Canvas adalah sebuah gambaran tentang model bisnis suatu perusahaan yang digambarkan dalam 1 canvas dimana didalamnya memuat 9 komponen yang berkaitan dengan proses operasional suatu perusahaan yang dalam hal ini terdapat 5 tambahan khusus untuk instansi atau organisasi nirlaba, sehingga biasa disebut sebagai *Business Model Canvas for Social Enterprise*, 5 kolom tambahan tersebut adalah *mission values, objectives, impact measures, output measures, dan governance*.

4.3 Analisa dengan Atlas Ti

Atlas Ti merupakan salah satu software yang biasa digunakan untuk proses olah data dalam penelitian kualitatif. Software ini dapat menjadi alat untuk membaca data, baik berupa wawancara, artikel, buku, data audio, data video. (Afriansyah, 2018). Software ini digunakan untuk melihat keunggulan sesuatu persoalan yang dalam penelitian ini ditujukan untuk melihat faktor-faktor yang menjadi komponen terbesar dalam strategi manajemen distribusi dana wakaf di Yayasan Dompot Dhuafa. .

5. Penarikan Kesimpulan

Dalam proses akhir ini peneliti akan melakukan pengambilan kesimpulan dari hasil olah data yang sudah dilakukan pada tahap-tahap sebelumnya.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Nazir Wakaf Dompot Dhuafa

1. Sejarah Nazir Wakaf Dompot Dhuafa

Nazir Wakaf Dompot Dhuafa pada awalnya memiliki nama Tabung Wakaf Indonesia. Proses pendirian Tabung Wakaf Indonesia menjadi suatu langkah ekspansi yang dilakukan Dompot Dhuafa setelah sebelumnya hanya memiliki legal sebagai amil zakat, infaq, dan shadaqah saja.

Tabung Wakaf Indonesia didirikan oleh pada 14 Juli 2005. Memiliki misi menjadi sebuah komitmen dalam mengembangkan program-program sosial dan pemberdayaan ekonomi dengan basis Wakaf Produktif, nazir wakaf telah berhasil mengembangkan 58 aset wakaf hingga tahun 2019 dan menjalankan 6 proyek baru dari penghimpunan wakaf tunai dari masyarakat.

Pada tahun 2011, Nazir wakaf Dompot Dhuafa mendapatkan izin resmi sebagai nazir wakaf. dengan diterbitkannya sertifikat izin nazir wakaf dengan nomer pendaftaran 36.74.3.1.00001 menjadikan nazir wakaf Dompot Dhuafa tercatat namanya sebagai nazir wakaf oleh Badan Wakaf Indonesia.

Gambar 4. 1 : Sertifikat Izin Nazir Wakaf



Sumber : Dokumen Dompot Dhuafa

Tidak berhenti sampai disitu, Dompot Dhuafa terus mengalami perkembangan hingga pada tahun 2020, Nazir Wakaf Dompot Dhuafa telah resmi tercatat sebagai Nazir Wakaf Tunai oleh Badan Wakaf Indonesia dengan nomer pendaftaran 3.3.00100.

Gambar 4. 2 : Sertifikat Izin Nazir Wakaf Tunai



Sumber : Dokumen Dompot Dhuafa

2. Visi dan Misi Nazir Wakaf Dompot Dhuafa

Visi

Terwujudnya masyarakat adil dan Makmur

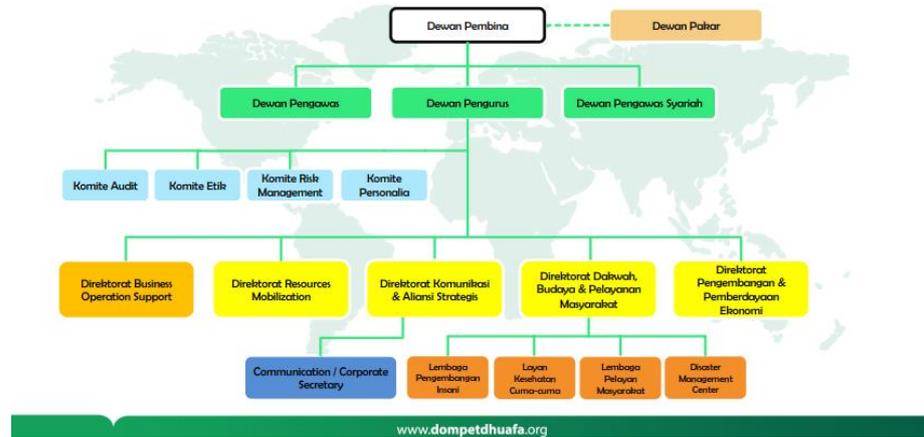
Misi

- 1) Mengoptimalkan pemanfaatan zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) untuk memberdayakan kaum dhuafa (miskin) agar bebas dari belenggu kemiskinan.
- 2) Melakukan pembelaan dan pelayanan untuk mendorong transformasi masyarakat berbasis keadilan.
- 3) Mewujudkan pelayanan, pembelaan dan pemberdayaan yang berkualitas dan berkesinambungan serta berdampak pada kemandirian masyarakat yang berkelanjutan.
- 4) Mewujudkan keberlanjutan organisasi melalui tata Kelola yang baik sesuai dengan prinsip Good Corporate Governance serta pemenuhan prinsip Syariah dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

3. Struktur Organisasi Nazir Wakaf Dompot Dhuafa

Gambar 4. 3 : Struktur Organisasi Dompot Dhuafa

Struktur Yayasan Dompot Dhuafa Republika



Sumber : Dokumen Dompot Dhuafa

4. Program-Program Nazir Wakaf Dompot Dhuafa

Perjalanan Dompot Dhuafa sejak awal berdirinya hingga menjadi besar seperti saat ini tak lain karena program-program yang digagasnya. Ibu Sulistiawati selaku manajer fundraising Nazir Wakaf Dompot Dhuafa menjelaskan bahwa program Dompot Dhuafa berdiri atas 5 pilar, yaitu :

1) Program Pendidikan

Pendidikan menjadi satu hal penting bagi keberlangsungan suatu bangsa. Kemajuan pendidikan akan berbanding lurus dengan kemajuan generasi suatu bangsa. Dompot Dhuafa dalam hal ini mengambil peran aktif dalam peningkatan pendidikan Indonesia melalui program yang digagasnya.

Ibu Sulistiawati menjelaskan bahwa saat ini Dompot Dhuafa sedang melangsungkan 3 program pendidikan yang dalam masa pembangunan. Yang pertama yaitu sekolah Al-Syukro yang berada di daerah Ciputat, Tangerang Selatan. Yang kedua, Sekolah Semen Cibinong yang merupakan aset wakaf dari PT Holcim yang dikelola secara produktif sehingga mampu menghasilkan surplus wakaf. Yang ketiga pesantren tahfizh Green Lido yang berada di daerah Lido, Sukabumi. Dan banyak lagi program pendidikan milik Dompot Dhuafa yang sudah terealisasi sebelumnya.

2) Program Ekonomi

Dalam program ekonomi, Dompot Dhuafa memiliki peranan penting dalam proses pendistribusian dana wakaf produktif kepada para penerima manfaat. Disamping itu, Dompot Dhuafa saat ini juga sedang mengembangkan program ekonomi produktif dalam sektor peternakan, yaitu DD Farm.

DD Farm ini merupakan program ekonomi produktif milik Dompot Dhuafa dimana para pewakif cukup mewakafkan uangnya senilai 18 juta rupiah untuk kemudian dibelikan bakal kambing dan selanjutnya kambing tersebut akan dimasukkan proses penggemukan dan pengembangbiakan, dan para pewakif dalam menikmati hasil

wakafnya kembali berupa qurban gratis selama 10 tahun dari hasil surplus wakaf atau hasil ternak dari kambing yang diwakafkan kepada Dompot Dhuafa.

3) Program Kesehatan

Program Kesehatan menjadi program unggulan milik Dompot Dhuafa selama masa pandemi covid 19. Nazir wakaf Dompot Dhuafa dalam program kesehatan telah berhasil mendirikan 7 Rumah Sakit berbasis wakaf yang tersebar di beberapa lokasi seperti

- a) Rumah Sakit Terpadu Dompot Dhuafa, Parung, Bogor
- b) Rumah Sakit Aka Sribahwono, Lampung
- c) Rumah Sakit Griya Medika, Lampung
- d) Rumah Sakit Mata Ahmad Mawardi, Serang, Banten
- e) Rumah Sakit Ibu dan Anak As-Sayyidah, Jakarta Timur
- f) Rumah Sakit Lancang Kuning, Riau
- g) Rumah Sakit Hasyim Asy'ari hasil kerjasama dengan Yayasan Pesantren Tebuireng, Jombang, Jawa Timur.

4) Program Sosial Budaya

Proses distribusi wakaf Dompot Dhuafa dalam bidang sosial dan budaya telah dibuktikan dengan dibangunnya beberapa masjid wakaf oleh Dompot Dhuafa.

Beberapa contoh masjid hasil wakaf yang dibangun Dompot Dhuafa antara lain sebagai berikut :

- a) Masjid Al-Madinah dikawasan zona Madinah Parung, Bogor
 - b) Masjid Al-Majid, Lampung
 - c) Masjid Az-Zahra, Lampung
 - d) Dan beberapa aset masjid wakaf Dompot Dhuafa lainnya
- 5) Program Da'wah

Dalam program da'wah, Dompot Dhuafa turut berkontribusi dalam pengadaan aset wakaf berupa kendaraan operasional seperti perahu dan sepeda motor yang dapat dipergunakan oleh para da'I didaerah pelosok guna menunjang mobilitas da'wahnya. Program ini sudah pernah terlaksana hasil kolaborasi dengan Dompot Dhuafa cabang Jawa Timur.

B. Analisis Strategi Distribusi Wakaf Dompot Dhuafa dengan Business

Model Canvas for Social Enterprise

Business Model Canvas adalah business model yang menjelaskan tentang rasionalitas dari bagaimana suatu organisasi menciptakan, menyampaikan dan menangkap value yang dimilikinya. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

Business Model Canvas terdiri dari 9 elemen yang mewakili gambaran keseluruhan suatu instansi, yaitu : *Customer Segment, Value Proposition,*

Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Activities, Key Resource, Key Partnership, dan Cost Structure. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

Menurut Sergio Sparviero (Sparviero, 2019), Konsep Business Model Canvas yang dirancang oleh Alexander Osterwalder belum memenuhi kriteria kebutuhan untuk mendeskripsikan bisnis model perusahaan atau lembaga sosial. Dari 9 komponen BMC, Ia menambahkan 5 komponen baru khusus untuk perusahaan atau lembaga sosial, yaitu *mission values, objectives, impact measures, output measures, dan governance*. 14 elemen Business Model Canvas berdasarkan versi Sergio Sparviero, yaitu : *Customer & Beneficiaries, Social Value Proposition, Channel, Customer & Beneficiaries Engagement, Income, Key Activities, Key Resource, Non Targeted Stakeholders, Cost Structure, Mission Values, Objectives, Output Measures, Impact Measures dan Governance.* (Sparviero, 2019)

Berikut penjelasan *Business Model Canvas for Social Enterprise* yang didapat dari proses wawancara dan observasi yang sudah dilakukan dengan pihak Nazir Wakaf Dompot Dhuafa :

1. Customer and Beneficiaries atau Customer Segment

Customer and Beneficiaries adalah proses penentuan target utama oleh setiap institusi atau lembaga guna mendapatkan efektifitas operasionalnya. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

Terdapat beberapa macam bagian dari *customer and beneficiaries* yang ditetapkan oleh suatu instansi seperti :

1) *Mass Market*

Suatu lembaga yang menetapkan sistem segmentasi mass market menjangkau seluruh kelompok besar customer yang memiliki kebutuhan dan permasalahan yang sama.

2) *Niche Market*

Niche market dilakukan dengan mengelompokkan target pasar kedalam beberapa persyaratan yang spesifik.

3) *Segmented*

Segmented merupakan proses membedakan diantara segmentasi pasar yang memiliki kebutuhan dan permasalahan yang sama, akan tetapi lebih memiliki variasi.

4) *Diversified*

Suatu organisasi yang menetapkan sistem segmentasi diversifikasi menyediakan dua segmentasi pasar yang sangat berbeda dalam kebutuhan maupun permasalahannya.

5) *Multi Sided Platform (Multi Sided Market)*

Multi sided market merupakan proses pembentukan dua segmentasi pasar yang mampu menjadi penunjang antara satu dan lainnya.

Sebagai lembaga yang bergerak secara profesional, Nazir Wakaf Dompot Dhuafa juga diharuskan memiliki customer segment dalam proses operasionalnya. Hal ini dilakukan guna terwujudnya distribusi dana wakaf yang efektif, efisien, serta tepat sasaran. Dalam hal ini,

Nazir Wakaf Dompot Dhuafa menetapkan sistem mass market dalam proses pendistribusian dana wakafnya pada era covid 19 karena Dompot Dhuafa harus memberikan manfaat wakaf kepada siapapun yang terdampak covid 19 tanpa membedakan dari masing-masing golongan atau tanpa melakukan assessment terlebih dahulu sebagaimana diterapkan sebelum masa pandemic covid 19.

Menurut Bapak Bobby, Nazir Wakaf Dompot Dhuafa tidak memiliki segmentasi utama dalam proses pendistribusian wakaf selama pandemic covid 19, jadi Dompot Dhuafa memberikan manfaat wakafnya kepada siapapun yang terjangkit covid 19. Hal ini dilakukan mengingat kondisi pandemi yang terjadi diluar dugaan manusia dan memiliki dampak yang sangat luar biasa terhadap kehidupan manusia. Disamping itu, kurangnya fasilitas kesehatan yang tidak berbanding lurus dengan jumlah pasien menjadikan pandemi covid 19 menjadi semakin mengerikan.

Bapak Bobby selaku General Manager Nazir Wakaf Dompot Dhuafa pada saat wawancara menjelaskan :

“Itu termasuk kejadian luar biasa sehingga kita tidak melihat apa namanya keterikatan langsung Apakah dia masuk atau tidak di dalam 8 golongan asnaf penerima manfaat karena nggak orang kaya nggak Orang Miskin semuanya kena covid 19 sehingga Siapa yang menjadi penerima manfaat dari layanan dompet dhuafa adalah mereka yang terkena dampak covid 19 itu karena di banyak kasus sampai mungkin

amilnya dompet duafa sendiri banyak yang tidak tertolong dan meninggal dunia karena kenapa? karena nggak dapat di rumah sakit antrian penuh”.

Bapak Bobby menjelaskan bahwa dalam proses pendistribusian dana wakaf selama covid 19, Dompet Dhuafa mengklasifikasikan penerima manfaatnya menjadi 2, yaitu : Pertama, pemberian manfaat wakaf berupa pertolongan utama covid 19 dengan diberikan perawatan intensif dan sigap guna menekan penyebaran virus corona. Kedua, pemberian manfaat wakaf berupa asupan nutrisi dan vitamin yang mana dalam hal ini Dompet Dhuafa menjadikan golongan 8 asnaf menjadi acuan dalam penetapan segmentasinya dan dana yang digunakan merupakan dana hasil surplus wakaf maupun dana zakat, infaq, dan wakaf.

Karena pada hakikatnya dana wakaf yang dihimpun harus didistribusikan untuk pengadaan aset. Maka untuk hal-hal yang sifatnya konsumtif seperti ini Dompet Dhuafa menggunakan dana hasil surplus wakaf maupun dana zakat, infaq dan shadaqah.

Tabel 4. 1 Segmentase Penerima Manfaat Wakaf Dompet Dhuafa

No	Jenis Manfaat	Segmentase	Sumber Manfaat
1	Penanganan utama Covid	Siapapun yang terjangkit Covid 19	Pokok wakaf dalam bentuk aset wakaf
2	Masa pemulihan	Merujuk pada 8 asnaf	Hasil surplus wakaf dan dana ZIS

Sumber : data diolah peneliti

Dalam proses penentuan segmentasi berdasarkan wilayahpun Dompot Dhuafa tidak ada ketentuan umum. Akan tetapi, keberadaan Rumah Sakit dan Rumah Sakit Darurat milik Dompot Dhuafa bisa dijadikan ajuan wilayah masyarakat yang memungkinkan menjadi penerima manfaat dari Dompot Dhuafa. Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Bobby bahwa Dompot Dhuafa memiliki beberapa Rumah Sakit yang dijadikan rujukan Covid 19 seperti di Parung, Serang. Disisi lain, Dompot Dhuafa melalui kantor cabangnya juga telah melakukan kolaborasi dengan 52 klinik diseluruh daerah di Indonesia guna pengentasan pandemi covid 19.

Untuk rincian Rumah Sakit hasil wakaf Dompot Dhuafa dijelaskan oleh Ibu Sulistiqomah bahwa Dompot Dhuafa memiliki 7 Rumah Sakit Wakaf sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Daftar Rumah Sakit Wakaf Dompot Dhuafa

No	Nama Rumah Sakit	Lokasi
1	Rumah Sakit Terpadu Dompot Dhuafa	Parung, Bogor
2	Rumah Sakit Aka Sribahwono	Bandar Sribawono, Lampung Timur
3	Rumah Sakit Griya Medika	Banjar Agung, Lampung

4	Rumah Sakit Mata Ahmad Mawardi	Serang, Banten
5	Rumah Sakit Ibu dan Anak As-Sayyidah	Jakarta Timur
6	Lancang Kuning	Pekanbaru, Riau
7	Rumah Sakit Hasyim Asy'ari	Jombang, Jawa Timur

Sumber : Hasil Wawancara

Berdasarkan data diatas, maka *segmentase* wilayah Dompot Dhuafa dapat disimpulkan menjadi beberapa wilayah, yaitu, Parung Bogor, Lampung Timur, Lampung, Serang Banten, Jakarta Timur, Pekanbaru Riau, Jombang Jawa Timur. Akan tetapi Dompot Dhuafa tidak pernah membatasi kepada wilayah untuk penerima manfaat wakafnya.

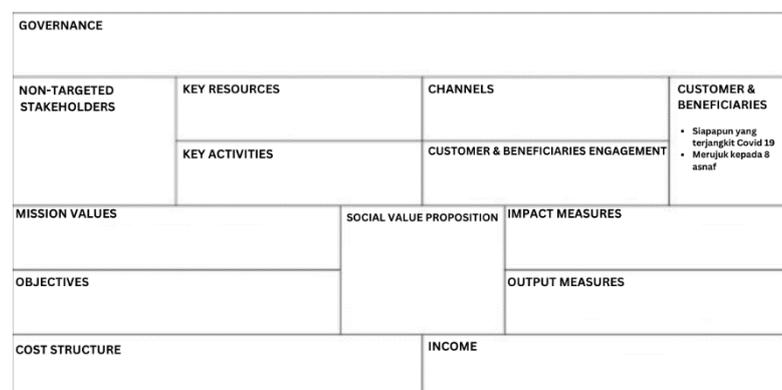
Bapak Bobby juga menjelaskan bahwa Dompot Dhuafa juga ditunjuk menjadi salah satu provider Rumah Sakit rujukan Covid 19 oleh pemerintah Kabupaten Bogor dan pemerintah Provinsi Jawa Barat sehingga Dompot Dhuafa mendapatkan akses data pasien bahkan Dinas Sosial dan Dinas Kesehatan pun secara rutin memberikan laporan daftar pasien covid 19 kepada Dompot Dhuafa sehingga proses pendistribusia yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa tepat sasaran kepada masyarakat yang benar-benar membutuhkan. Dengan begitu, cakupan wilayah

penerima manfaat wakaf Dompot Dhuafa menjadi lebih luas tidak sebatas wilayah sekitar Rumah Sakit milik Dompot Dhuafa saja.

Dari sisi pewakif, segmentase yang dimiliki Dompot Dhuafa terbagi menjadi 2 bagian yaitu individu dan kelompok. Masyarakat umum menjadi donatur individu yang tidak memiliki batasan tertentu, artinya siapapun yang memiliki niat yang tulus dan dengan minimal uang Rp.10.000 yang dimiliki dapat menjadi pewakif di Dompot Dhuafa. Dan dari sisi kelompok Dompot Dhuafa biasanya menawarkan proposal pengadaan aset kepada instansi-instansi atau perusahaan.

Ibu Sulistiqomah selaku manajer partnership Nazir Wakaf Dompot Dhuafa juga mengatakan hal yang sama bahwa dalam penerapannya selama masa pandemi covid 19, tidak ada segmentase khusus yang diterapkan oleh Nazir Wakaf Dompot Dhuafa kecuali dalam proses pendistribusian obat-obatan baru tersegmentase kepada kaum dhuafa dan dana yang digunakanpun bukan dana dari pokok wakaf melainkan alokasi dana Zakat, Infaq, maupun Sedekah.

Gambar 4. 4 : BMC Customer & Beneficiaries



Sumber : Hasil Wawancara

2. *Social Value Proposition*

Elemen kedua dari *Business Model Canvas* yaitu *Social Value Proposition*. *Social Value Proposition* adalah kumpulan produk atau pelayanan yang dapat menciptakan value dalam segmentase pasar yang spesifik. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

Elemen ini merupakan salah satu elemen yang memiliki kaitan dengan hampir seluruh yang ada di *Business Model Canvas*, dan yang paling memiliki kaitan dengan *Social Value Proposition* adalah *Customer Segment*.

Bapak Bobby menjelaskan bahwa Nazir Wakaf Dompot Dhuafa mengklasifikasikan *Social Value Proposition* nya menjadi beberapa aspek sebagai berikut :

Tabel 4. 3 Klasifikasi Value Proposition

No	Social Value Proposition
1	Aspek Mid Assesment
2	Aspek Kuratif
3	Aspek Recovery

Sumber : data diolah peneliti

1) *Aspek Mid Assesment*

Nazir Wakaf Dompot Dhuafa selalu melakukan assessment kepada para pasien nya, hal ini dilakukan guna pendataan para penerima manfaat wakaf agar bisa dilakukan klasifikasi lebih mendalam terkait kondisi sosialnya. Akan

tetapi hal ini tidak dilakukan pada pra pengobatan selama pandemic covid 19 karena para pasien covid 19 diharuskan untuk mendapatkan penanganan intensif sehingga *assessment* dilakukan setelah pasien mendapatkan pertolongan pertama.

2) Aspek Kuratif

Aspek Kuratif merupakan bagian dari proses memberikan manfaat kepada para calon penerima manfaat. Bagian ini terbagi kembali menjadi 3 program, yaitu promotif, preventif, dan kuratif.

Promotif merupakan value yang diberikan oleh Dompot Dhuafa dengan cara menebarkan campaign gaya hidup sehat agar terhindar dari covid 19.

Sedangkan *Preventif* merupakan program yang dilakukan Dompot Dhuafa guna melakukan penjagaan penyebaran virus dengan cara memberikan atau langsung memberikan alat-alat kesehatan misalkan dispenser, handsanitizer untuk mencuci tangan guna menjaga masyarakat agar terhindar dari peluang terinfeksi covid 19.

Adapun program kuratifnya yaitu program inti yang dilakukan Dompot Dhuafa dengan memberikan layanan kesehatan secara langsung dengan memberikan penjemputan pasien dengan ambulance milik Dompot Dhuafa, dan

layanan kesehatan lainnya dengan aset wakaf yang dimiliki Dompot Dhuafa di Rumah Sakit berbasis wakaf seperti ventilator.

3) Aspek *Recovery*

Dalam proses pemberian manfaat pada masa covid 19, Dompot Dhuafa tidak hanya memberikan manfaat kepada penerima manfaat ketika terjangkit covid 19 semata, melainkan juga memberikan manfaat dalam masa *recovery*. Hal ini dilakukan dengan memberikan obat-obatan maupun vitamin yang dana nya diambil dari hasil surplus wakaf maupun hasil dana zakat, infaq, dan shadaqah.

Disisi lain, Dompot Dhuafa juga memberikan advokasi non medis karena covid 19 berdampak kepada seluruh lini kehidupan manusia. Misalkan seorang ayah yang menjadi korban PHK dikarenakan pabriknya tutup dampak dari covid 19 dan anak nya terpaksa harus menunggak pembayaran spp sekolah itu Dompot Dhuafa juga bisa memberikan bantuannya baik itu dengan memberikan biaya pendidikan, atau semisal istrinya memiliki keinginan untuk membuka usaha dompet dhuafa juga bisa memberikan bantuan modal guna keberlangsungan kehidupan para penerima manfaat, hal ini dilakukan dengan mensinergikan dengan dana zakat, infaq, sedekah untuk barang habis pakai dan bisa juga

menggunakan dana wakaf untuk yang berupa aset tetap seperti barang operasional untuk usaha.

Beberapa aspek tersebut yang mungkin menjadi pembeda antara Dompot Dhuafa dengan kebanyakan nazir wakaf lain dimana biasanya manfaat yang diberikan hanya berupa penanganan pertama ketika terjangkit covid sedangkan dompet dhuafa memberikan manfaat hingga pada masa *recovery* dan aspek-aspek lain yang juga menjadi dampak dari pandemi covid 19.

Bapak Bobby juga menjelaskan bahwa para calon penerima manfaat juga bisa melakukan pengajuan dirinya karena Dompot Dhuafa memiliki lembaga khusus untuk menjadi wadah aspirasi masyarakat yang bernama Lembaga Pelayanan Masyarakat (LPM). Selain dari itu, Ibu Sulistiqomah menjelaskan bahwa Dompot Dhuafa memiliki hotline pelayanan selama covid 19 yang beroperasi selama 24 jam sehingga masyarakat yang terjangkit covid 19 bisa mendapatkan penanganan cepat tanpa batasan waktu.

Dalam hal lain, Ibu Sulistiqomah menguatkan pernyataan Bapak Bobby dengan menjelaskan bahwa Dompot Dhuafa memiliki banyak kelebihan dalam programnya karena Dompot Dhuafa berperan bukan hanya sekedar membantu drop pasien saja menuju klinik atau rumah sakit rujukan terdekat melainkan Dompot Dhuafa memiliki rumah sakit itu sendiri dan aset wakaf lainnya seperti ambulance.

Jika digabungkan, maka Dompot Dhuafa memiliki setidaknya 7 rumah sakit, dan Dompot Dhuafa juga memiliki Layanan Kesehatan Cuma-Cuma (LKC) yang tersebar di 52 titik diseluruh Indonesia hingga yang paling jauh ada LKC NTT dan LKC Papua. Pada masa varian delta Dompot Dhuafa juga merespon cepat dengan mendirikan banyak rumah sakit darurat dimana pada masa itu banyak sekali pasien yang tidak mendapatkan kamar rawat agar bisa mendapatkan perawatan secara intensif.

Dari sisi transparansi, Dompot Dhuafa melakukan pembagian nomor rekening khusus dimasing-masing campaign wakafnya. Selain kwitansi bukti pembayaran, Kedua, laporan konsolidasi dimana hal ini sama seperti billing statement kartu kredit yang bisa mendeteksi donasi pewakif ditiap transaksinya. Ketiga, Dompot Dhuafa juga melakukan pelaporan secara berkala tiap satu bulan sekali dengan menerbitkan majalah suara cinta yang melaporkan program-program Dompot Dhuafa secara keseluruhan. Dan penerbitan sertifikat wakaf untuk donatur dengan nilai wakaf minimal Rp.1.000.000.

Bapak Bobby dan Ibu Sulistiqomah secara umum menjelaskan bahwa sinergitas dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf menjadi salah satu value Dompot Dhuafa.

Purchase adalah jaringan yang dipakai agar customer bisa menggunakan produk atau pelayanan yang dimiliki suatu instansi.

4) *Delivery*

Delivery adalah bagaimana cara untuk menyampaikan nilai suatu perusahaan kepada customernya.

5) *Aftersales*

Aftersales adalah bagaimana cara untuk menyediakan dukungan atau layanan pada customer setelah selesai menggunakan produk atau pelayanan yang dibuat suatu instansi. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

Dalam proses pendistribusiannya, Nazir Wakaf Dompot Dhuafa memanfaatkan beberapa jaringan yang dimilikinya guna memastikan bahwa proses pendistribusian dapat terlaksana secara efektif dan efisien. Ibu Sulistiqomah menjelaskan bahwa jaringan pertama yang dimiliki Dompot Dhuafa yaitu kantor-kantor cabang yang tersebar diseluruh Indonesia. 17 cabang tersebar dari Indonesia Barat hingga Indonesia Timur menjadi jaringan utama yang digunakan Dompot Dhuafa dalam proses pendistribusian nya.

Bapak Bobby dan Ibu Sulistiqomah menekankan bahwa distribusi dana wakaf berkaitan erat dengan program-program atau campaign yang sedang diangkat oleh Dompot Dhuafa, maka dari itu hal ini berkaitan erat juga dengan proses fundraising yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa

karena jumlah dana yang didistribusikan akan sesuai dengan nilai dana yang terhimpun tanda ada pembagian terlebih dahulu selayaknya pada zakat.

Dalam aspek distribusi yang menjadi channel Dompot Dhuafa semasa pandemic adalah vendor pengadaan alat kesehatan dimana Dompot Dhuafa bisa mendapatkan alat kesehatan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat dan kurir barang sebagai jaringan untung pengiriman barang dari vendor sampai ke titik lokasi rumah sakit, hal ini pun dilakukan sejak sebelum pandemi covid 19 dan menjadi lebih diperhatikan semasa covid mengingat mobilitas masyarakat semakin terbatas karena penyebaran virus, sebagaimana Bapak Bobby menjelaskan:

‘Ya kalau itu sih tetap lewat kurir karena kan itu kan sudah kerja sama dengan vendor pengadaannya ya jadi kita tinggal melakukan ceklis dan stop opname ketika barang itu mau diberangkatkan dan ketika barang itu diterima jadi sesimpel itu aja sih sebetulnya memang kan ini mah tidak karena covid pun metode kita juga seperti itu jadi bukan karena ini karena kita nggak punya Armada juga karena tabung oksigen kalau jumlahnya ratusan kan itu harus alat berat kan yang bawa gitu kan jadi kita nggak punya Armada seperti itu jadi itu mah udah kerja sama antar vendor vendor pengadaan Alkes’

Dalam proses pendistribusiannya pun Dompot Dhuafa tidak melakukan selebrasi apapun selama 2 atau 3 tahun belakang dan

sekalipun ada proses penyerahan aset wakaf dilakukan secara virtual. Seremonial secara offline baru dilakukan beberapa waktu lalu ketika PPKM sudah selesai.

Disisi penghimpunan, Dompot Dhuafa memaksimalkannya secara online dengan presentase 20% secara offline melalui konter yang tersedia ditiap kantor milik Dompot Dhuafa dan 80% yang dilakukan secara online melalui kenal-kanal digital yang dimilikinya seperti *social media, facebook, m banking, crowdfunding* bahkan menyebarkan *campaign* wakaf dengan beberapa metode kekinian seperti *live tiktok, Instagram reels, Instagram story*.

Dompot Dhuafa juga membuat portal donasi khusus dimana para calon pewakif bisa mewakafkan dana nya secara online melalui banyak media pembayaran yang ditawarkan seperti transfer bank, *e wallet* maupun melalui platform pembayaran digital lainnya.

Kemudian Dompot Dhuafa juga melakukan kerjasama untuk menyebarkan *campaign*nya dengan berbagai *e-commerce* seperti Tokopedia, bukalapak, blibli dan puluhan platform digital lainnya serta berbagai kelompok seperti perusahaan, komunitas, Yayasan, dan BUMN.

Gambar 4. 6 : BMC Channels

GOVERNANCE			
NON-TARGETED STAKEHOLDERS	KEY RESOURCES	CHANNELS : <ul style="list-style-type: none"> • Koneksi online • Social media • Email • Facebook • Line Group 	<ul style="list-style-type: none"> • Live chat • Pedia • ID card • Portal donor • e-commerce • Crowdfunding digital • Pemasukan
	KEY ACTIVITIES	CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT	
MISSION VALUES	SOCIAL VALUE PROPOSITION		IMPACT MEASURES
OBJECTIVES	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasukan Berkelanjutan • Efisiensi dan akuntabilitas • Program-program • Laporan keuangan • Akuntabilitas keuangan • Lembaga Pelayanan Masyarakat • Fasilitas yang aman • Meneliti IS dan akses sendiri • Lembaga layanan customer • Berbasis nilai-nilai • Strategis dan transparan • Inovatif • Laporan keuangan tahunan 		OUTPUT MEASURES
COST STRUCTURE	INCOME		

Sumber : Hasil Wawancara

4. *Customer and Beneficiaries Engagement atau Customer Relationship*

Customer and Beneficiaries Engagement adalah suatu elemen yang menjelaskan tentang jenis-jenis hubungan yang dibangun suatu instansi kepada spesifik segmentasi pasarnya. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

Menjalin hubungan baik dengan customer menjadi satu hal yang sangat diperhatikan. Dalam hal ini, Dompet Dhuafa membagi customer menjadi 2 sisi yaitu *customer* dari sisi pewakif maupun dari sisi penerima manfaat. Hasil dari wawancara dengan Bapak Bobby dan Ibu Sulistiqomah menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Jenis-jenis Pelayanan Terhadap Customer

No	Jenis Customer	
	Pewakif	Penerima Manfaat
1	Laporan Rutin	Kajian untuk Mustahik

2	Blasting Edukasi Wakaf	Penguatan Iman oleh Tim Cordova
3	Majalah Suara Cinta	Penyuluhan
4	Publish Laporan di Web	Posko Darurat Covid 24jam
5	Public Expose	Call Center 24jam
6	Publikasi Laporan Keuangan	
7	Ucapan Hari Spesial (Ulang Tahun, Melahirkan)	
8	Care Visit	
9	Hampers	
10	Update Data Mauquf 'Alaih	
11	Paket Isoman	
12	Seremonial Donasi Virtual	

Sumber : data diolah peneliti

Sebagaimana data diatas, Pak Bobby dan Ibu Sulistiqomah menjelaskan bahwa Dompot Dhuafa membagi customernya menjadi 2 bagian yaitu pewakif dan penerima manfaat. Hubungan baik yang dilakukan Dompot Dhuafa kepada para pewakifnya yaitu dengan melakukan pelaporan atas hasil wakaf secara rutin dan berkala. Hal ini dilakukan guna menjaga transparansi kepada para pewakif terkait apa saja yang sudah dilakukan oleh Dompot Dhuafa dalam proses pendistribusian dana yang mereka wakafkan.

Laporan juga dilakukan Dompot Dhuafa dengan membuat majalah suara cinta yang dilakukan tiap satu bulan sekali yang berisi program-program Dompot Dhuafa terupdate dan dibuat dalam bentuk hardcopy dan softcopy kemudian di blast hasil softcopy kepada para donatur atau pewakif. Kemudian ada pula laporan tiap 6 bulan yang dinamakan Public Expose dimana Dompot Dhuafa mengundang public untuk hadir dalam acara yang diselenggarakan baik secara tatap muka maupun secara daring kemudian dipaparkan capaian-capaian Dompot Dhuafa selama 6 bulan pertama dan 6 bulan terakhir, menampilkan apa yang sudah dicapai oleh Dompot Dhuafa, merilis laporan keuangan dan implementasi programnya.

Dompot Dhuafa juga melaporkan secara tahunan dalam bentuk annual report yang dipublikasi di website milik Dompot Dhuafa dan bisa diakses secara umum. Tidak hanya laporan hasil wakaf saja yang disampaikan oleh Dompot Dhuafa untuk menjaga hubungan baik dengan para pewakifnya, edukasi wakaf juga dilakukan oleh Dompot Dhuafa kepada para pewakifnya dengan melakukan blasting baik melalui email maupun whatsapp.

Pendekatan emosional pun dilakukan Dompot Dhuafa dengan memberikan ucapan pada hari-hari besar pewakifnya seperti ucapan ulang tahun berta doa-doa dan harapan baik, pemberian hampers untuk para donatur aktif yang bukan hasil pembelian melainkan berasal dari mitra-mitra dompet dhuafa berupa kerajinan yang dikemas dalam bucket

kecil atau paket isoman untuk pewakif yang terdampak covid 19 yang dananya berasal dari dana blended infaq maupun sedekah. Selain itu Dompot Dhuafa juga memiliki program care visit yaitu dengan bersilaturahmi ke para pewakifnya dengan membawa satu paramedis apabila dibutuhkan untuk cek kesehatan. Pada saat yang bersamaan, pihak Dompot Dhuafa juga melakukan penyuluhan agar terhindar dari covid 19.

Dompot Dhuafa juga melakukan pendekatan kepada para penerima manfaatnya guna terjalin hubungan yang baik antara kedua belah pihak. Dalam hal ini Dompot Dhuafa melakukan pendekatan dengan membuka call center atau hotline selama 24jam guna bisa memberikan respon tanggap apabila ada masyarakat yang terjangkit covid dan membutuhkan pertolongan kesehatan dalam waktu cepat. Dompot Dhuafa juga membuka posko darurat covid yang terdapat di kantor Dompot Dhuafa serta terdapat tim medis atau dokter yang tugas secara bergantian.

Para penerima manfaat juga mendapatkan kajian-kajian dari pihak Dompot Dhuafa yang dalam kondisi covid dilakukan secara daring. Hal ini dilakukan guna menguatkan kedudukan para penerima manfaat yang masih dalam kategori mustahik agar kelak naik kelas menjadi muzakki. *Tim Cordova (Corps Da'I Dompot Dhuafa)* juga melakukan penguatan iman kepada para pasien dan keluarganya untuk terus berdoa dan berzikir.

Gambar 4. 7 : BMC Customer & Beneficiaries Engagement

GOVERNANCE			
NON-TARGETED STAKEHOLDERS	KEY RESOURCES	CHANNELS	CUSTOMER & BENEFICIARIES
	KEY ACTIVITIES	CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT	
MISSION VALUES		SOCIAL VALUE PROPOSITION	IMPACT MEASURES
OBJECTIVES			OUTPUT MEASURES
COST STRUCTURE		INCOME	

Sumber : Hasil Wawancara

5. *Income atau Revenue Stream*

Income atau revenue stream adalah hasil yang didapatkan suatu instansi atau perusahaan yang dihasilkan dari target pasar nya. (Qastharin, 2018)

Dompot Dhuafa merupakan suatu lembaga filantropi yang bergerak pada seluruh aspek. Zakat, infaq, sedekah, dan wakaf menjadi instrumen yang digerakkan oleh pihak Dompot Dhuafa sehingga dana yang masuk terbagi kedalam beberapa bagian tersebut.

Proses penghimpunan dilakukan kepada individu secara perorangan maupun kelompok seperti perusahaan, yayasan, komunitas, BUMN. Penghimpunan dilakukan dengan metode langsung dan online. Metode online menjadi sumber terbesar dari Dompot Dhuafa ketika pandemi covid 19.

Dalam proses operasionalnya, Dompot Dhuafa merujuk pada acuan hak nazir yaitu 10% dari surplus wakaf. Jadi, dana yang bisa digunakan oleh Dompot Dhuafa untuk menunjang operasionalnya yaitu 10% dari

pengelolaan hasil wakaf bukan dari pokok wakaf karena pada hakikatnya wakaf Dompot Dhuafa bersifat muqayyadah atau mengikat kepada campaign-campaign yang sedang digaungkan.

Ibu Sulistiqomah dalam hal ini menjelaskan bahwa dalam proses akad yang dilakukan antara pihak Dompot Dhuafa dan wakif selalu di ingatkan bahwa sebagian dana yang diwakafkan akan digunakan untuk infaq operasional guna mempermudah proses distribusinya. Pak Bobby juga menjelaskan bahwa Dompot Dhuafa selalu bersikap transparan terhadap setiap dana yang masuk dari para pewakif, bahkan untuk proses pendistribusian pun dana yang digunakan tidak lebih dari 5% sebagaimana dibenarkan oleh Dewan Syariah dan sebelumnya harus diinfokan kepada para wakif peruntukannya.

Hal itu dilakukan pada wakaf yang bersifat sosial. Sedangkan wakaf yang bersifat produktif seperti rumah sakit, surplus wakaf juga digunakan untuk reinvestasi alat-alat kesehatan maupun perbaikan baik secara bangunan fisik maupun alat kesehatan nya. Namun bukan berarti Dompot Dhuafa mengkomersilkan aset wakaf tersebut, melainkan surplus itu didapat dari selisih antara layanan kesehatan yang kita berikan kepada pasien dengan klaim BPJS yang cair.

Setelah seluruhnya sudah terpenuhi, barulah Dompot Dhuafa mendapatkan 10% dari hak nya sebagai nazir wakaf itu dan dana itu harus berasal dari surplus wakaf bukan dari operasional. Hal ini tercantum dalam Undang-Undang No 41 Pasal 12 sampai 17.

Gambar 4. 8 : BMC Income

GOVERNANCE			
NON-TARGETED STAKEHOLDERS	KEY RESOURCES	CHANNELS	CUSTOMER & BENEFICIARIES
	KEY ACTIVITIES	CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT	
MISSION VALUES	SOCIAL VALUE PROPOSITION		IMPACT MEASURES
OBJECTIVES	OUTPUT MEASURES		
COST STRUCTURE	INCOME		

Sumber : Hasil Wawancara

6. Key Activities

Key activities adalah kegiatan terpenting yang harus dilakukan oleh suatu instansi untuk bisa menjalankan nilai proposisi yang sudah direncanakan. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

Dalam proses pembentukan value proposition nya, Dompot Dhuafa melakukan beberapa kegiatan kuncinya. Pak Bobby menjelaskan bahwa dalam operasionalnya, Nazir Wakaf Dompot Dhuafa melakukan beberapa kegiatannya seperti melakukan update, survei lapangan untuk mengetahui seperti apa kebutuhan masyarakat untuk selanjutnya diangkat menjadi salah satu campaign wakaf, kedua aktifitas respon yaitu dengan menjawab permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat apabila ada masyarakat yang melakukan pengaduan kepada pihak Dompot Dhuafa dan selanjutnya yaitu aktifitas campaign dimana hal ini yang menjadi langkah yang diambil Dompot Dhuafa dalam menyelesaikan permasalahan yang ada, baik permasalahan yang

ditemukan oleh pihak Dompot Dhuafa atau permasalahan yang berasal dari aduan masyarakat.

Proses tersebut dilakukan Dompot Dhuafa dalam beberapa tahapan. Pertama, promotif atau dengan memberikan himbauan kepada masyarakat tentang bagaimana menghindari penyebaran covid 19 yang disebarkan kesegala bentuk media promosi, baik offline maupun online. Kedua, pre emtif yaitu melakukan pencengahan dengan memberikan sarana pendukung seperti yang terjadi pada masa pandemi covid 19 yaitu dengan memberikan fasilitas hand sanitizer maupun pengadaan tandon air untuk menjaga kebersihan masyarakat. Kemudian yang terakhir yaitu kuratif, respon dompet dhuafa dengan langsung memberikan pertolongan pertama kepada masyarakat yang terjangkit covid 19. Kemudian Dompot Dhuafa memviralkan ketiga tahapan tersebut ke seluruh kanal-kanal komunikasi milik Dompot Dhuafa.

Kemudian Ibu Sulistiqomah memberikan penjelasan tambahan dengan menjabarkan secara menyeluruh terkait aktifitas kunci yang dilakukan Dompot Dhuafa, yaitu dengan mensinergikan semua lini agar mampu berkolaborasi bersama dalam mengentas pandemi covid 19. Divisi fundraising yang bertugas melakukan penghimpunan dana masyarakat dari semua sumber yang dimiliki baik secara offline maupun online. Kemudian bagian keuangan yang bertugas mengoperasikan dana yang masuk dan menyalurkannya kepada divisi program untuk didistribusikan dan divisi program yang memiliki wewenang untuk

menyampaikan amanah para wakif itu kepada para penerima manfaat dalam bentuk pengadaan aset wakaf yang campaignnya sudah dipublikasi sebelumnya. Akan tetapi bukan berarti divisi program yang memiliki kewenangan penuh terhadap penentuan campaign tapi seluruh divisi bersinergi bersama mendiskusikan campaign apa yang paling tepat sehingga tercipta program-program yang menjadi value proposition dari Dompot Dhuafa seperti rumah sakit darurat, hotline dan posko covid 24 jam.

Kemudian Ibu Sulistiqomah juga menjelaskan bahwa dalam proses pendistribusian aset wakaf masih banyak ditemukan nya kekurangan literasi yang ada dalam masyarakat terkait wakaf. Maka dari itu, Dompot Dhuafa juga melakukan peningkatan literasi wakaf secara massif kepada masyarakat. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih terkait wakaf kepada masyarakat yang nantinya bisa berdampak terhadap penghimpunan serta pendistribusian aset wakaf sebagaimana ygna terjadi di Dompot Dhuafa yaitu penghimpunan dana wakaf baru ada di angka 10% apabila dibandingkan dengan zakat. Hal ini menjadi salah satu bukti kurangnya literasi masyarakat terhadap wakaf.

Proses tersebut tidak lepas dari evaluasi yang dilakukan secara berkala oleh Dompot Dhuafa guna terdistribusinya wakaf secara optimal dan tepat sasaran. Dalam hal ini dilakukan beberapa kali evaluasi seperti evaluasi kinerja yang dilakukan setiap 3 bulan sekali, evaluasi lembaga dilakukan setiap 1 semeste,. sedangkan evaluasi divisi dibagi menjadi 3

yaitu evaluasi mingguan dengan berupa *weekly report* atau dengan melaporkan aktifitas mingguan, *monthly report* atau pelaporan aktifitas selama 1 bulan, evaluasi triwulan yang sudah membahas terkait kelembagaan manajemen dan evaluasi semester.

Gambar 4. 9 : BMC Key Activities

GOVERNANCE			
NON-TARGETED STAKEHOLDERS	KEY RESOURCES	CHANNELS	CUSTOMER & BENEFICIARIES
	KEY ACTIVITIES	CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT	
MISSION VALUES	SOCIAL VALUE PROPOSITION	IMPACT MEASURES	
OBJECTIVES		OUTPUT MEASURES	
COST STRUCTURE	INCOME		

Sumber : Hasil Wawancara

7. Key Resource

Key resource merupakan sumber daya terpenting yang dimiliki suatu instansi untuk mendukung aktifitas kuncinya. Sumber daya kunci dapat berupa sumber daya fisik, sumber daya keuangan, dan sumber daya manusia (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

Dalam menjalankan aktifitas kuncinya, Dompot Dhuafa pasti membutuhkan sumber daya yang maksimal, baik itu sumber daya manusia maupun dari sarana prasarana penunjang operasional. Yang pertama tentunya dari sumber daya manusia yang kompeten dalam masing-masing bidang yang ada. Dompot Dhuafa dalam operasionalnya membagi sumber daya manusia tersebut kepada beberapa divisi yaitu :

- 1) Divisi Marketing Komunikasi yang membuat desain-desain campaign yang dimuat dalam baliho-baliho, billboard, ataupun platform-platform digital milik Dompot Dhuafa.
- 2) Divisi *Fundraising* yang bertugas dalam penghimpunan dana wakaf sesuai dengan campaign yang digaungkan. Divisi *Fundraising* memiliki divisi pendamping yaitu divisi resource mobilization waqf yang tugasnya hampir sama dengan fundraising yaitu melakukan penghimpunan dana wakaf dari masyarakat dan mengembangkan event-event guna mendorong daya tarik para calon wakif.
- 3) Divisi Keuangan untuk proses pencatatan dana masuk dan pengelolaan keuangan.
- 4) Divisi Penyaluran dan Pengembangan Wakaf yaitu divisi yang bertugas dalam pendistribusian dana wakaf dan pengelolaan aset wakaf secara produktif dan professional agar mampu menghasilkan surplus wakaf yang pada ujungnya akan berakhir pada mauquf 'alaih.
- 5) Divisi Legal yaitu divisi yang bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan dengan legalitas lembaga agar setiap operasional yang dilakukan sudah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Dalam hal sumber daya manusia, Dompot Dhuafa memiliki kriteria bahwa masing-masing SDM tersebut harus yang expert dalam tiap

bidangnya agar mampu mengoptimalkan potensi masyarakat dan dana wakaf yang ingin didistribusikan.

Transparansi keuangan dengan melakukan pelaporan secara rutin juga menjadi salah satu sumber daya yang dimiliki oleh Nazir Wakaf Dompot Dhuafa dalam hal keuangan.

Selain itu, sarana prasarana juga dibutuhkan guna menunjang aktifitas kunci yang dilakukan oleh Nazir Wakaf Dompot Dhuafa seperti working group yaitu ruang-ruang diskusi, studio untuk pembuatan konten dan podcast karena hal itu menjadi satu kebutuhan yang cukup vital belakangan ini untuk menunjang sarana komunikasi dan tentunya dalam pandemic covid dibutuhkan sarana prasarana berupa alat kesehatan dan penunjangnya seperti ambulance yang memadai dengan segala perlengkapan dinasnya, rumah sakit yang memadai, APD, mobil khusus bencana dan alat kesehatan lainnya, sedangkan untuk mobil operasional tidak ada ketentuan khusus cukup mobil-mobil biasa pada umumnya.

Gambar 4. 10 : BMC Key Resource

GOVERNANCE					
NON-TARGETED STAKEHOLDERS	KEY RESOURCES	<ul style="list-style-type: none"> Asst Alat kesehatan Working group Kendaraan operasional Kendaraan khusus bencana ASUM Markom Fundraising Kuangan Legal PPW 	CHANNELS	<ul style="list-style-type: none"> Live tiktok Reels IG story Portal donasi e-commerce Crowdfunding Perusahaan Komunitas Yayasan Q&A Platform pembayaran digital Konter offline Vendor akses Korif M Banking Platform meeting online 	CUSTOMER & BENEFICIARIES
	KEY ACTIVITIES	<ul style="list-style-type: none"> Mengoperasionalkan atau memiliki dana yang masuk Penyuluhan Meningkatkan edukasi wakaf pada masyarakat Survei lapangan Menyebarkan campaign Penghimpunan 	CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT	<ul style="list-style-type: none"> Report berkala ke wakif seremoni donasi Meeting edukasi wakif Majelis umum cewa Kajian untuk penerima manfaat Program sosial lain online Publisasi Paket pesawif terdampak covid Paket darurat covid-19 Hotline Paket sosial untuk wakif yang terdampak Publisasi laporan ke website Public report Laporan keuangan Isuasi hari-hari pering para wakif Care visit Update data musawif Wakif 	<ul style="list-style-type: none"> Siapapun yang terjangkau Covid 19 Merujuk kepada 8 asnaf
MISSION VALUES		SOCIAL VALUE PROPOSITION	IMPACT MEASURES		
OBJECTIVES		<ul style="list-style-type: none"> Penerima Manfaat Dilakukan mid assessment Program promotif Program preventif Layanan jemput pasien Bantuan masa recovery Lembaga Pelayanan Masyarakat Hotline covid-19 Memiliki RIS dan akses sendiri Lembaga kesehatan cumo-cuma Ruang sakit darurat Sinergis dana ZISWAF Pesawif Laporan konsolidasi donasi 	OUTPUT MEASURES		
COST STRUCTURE		INCOME			
		Maksimal 10% dari surplus wakaf dan 5% dari pokok wakaf (untuk operasional)			

Sumber : Hasil Wawancara

8. Non Targeted Stakeholders atau Key Partnership

Non Targeted Stakeholders merupakan jaringan pemasok atau jaringan mitra yang menjadikan bisnis model suatu lembaga dapat terlaksana dengan baik. Kemitraan dapat berguna untuk optimalisasi antara sumber daya dan aktivitas suatu lembaga, mengurangi resiko dan ketidakpastian, serta akuisisi sumber daya dan kegiatan tertentu. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

Proses pengentasan virus corona menjadi satu tugas yang tidak bisa dilakukan sendiri, dibutuhkan kolaborasi disetiap sektor agar pengentasan tersebut dapat terealisasi dengan baik. Dompot Dhuafa menjaring banyak partner baik dari sisi internal maupun eksternal Dompot Dhuafa itu sendiri.

Bapak Bobby menjelaskan terkait kemitraan yang dilakukan Dompot Dhuafa dari sisi internal yaitu bersinergi dengan seluruh kantor cabang

Dompot Dhuafa. Dalam bidang pendidikan, Dompot Dhuafa bersinergi dengan lembaga pengembangan insani untuk pendistribusian dana pendidikan, dan dalam bidang kesehatan Dompot Dhuafa bersinergi dengan Dompot Dhuafa medika dan juga dengan lembaga kesehatan cuma-cuma yang terdapat diseluruh daerah terpencil guna terdistribusi secara merata dan pengentasan pandemic dapat segera diselesaikan.

Bapak Bobby menjelaskan bahwa peranan kemitraan ini sangatlah besar manfaat yang didapatkan oleh Dompot Dhuafa pusat mengingat disetiap bidang memiliki ahlinya masing-masing dan apabila suatu program dilaksanakan langsung oleh pakar nya akan menghasilkan dampak yang jauh lebih baik.

Dalam hal lain, Ibu Sulistiqomah menjelaskan tentang kemitraan dengan institusi eksternal dari Dompot Dhuafa. Dalam hal ini, institusi yang menjadi mitra dompet dhuafa dalam menunjang proses pendistribusian dana wakafnya adalah perusahaan, yayasan, BUMN, organisasi masyarakat, dan jaringan-jaringan sekolah maupun kampus. Semua bersinergi dalam proses pengentasan pandemi covid 19.

Para institusi tersebut berperan dalam membantu penghimpunan dana wakaf yang kemudian nantinya akan didistribusikan oleh pihak Dompot Dhuafa dalam program-program yang sudah disiapkan sesuai dengan yang di inginkan para mitranya. Untuk program yang paling banyak diminati selama masa pandemi covid 19 adalah program-program kesehatan yang berkaitan dengan pengentasan pandemi covid 19 mulai

dari wakaf ambulance yang mana Dompot Dhuafa berhasil mendistribusikan 7 wakaf ambulance, dan banyak alat kesehatan guna menunjang operasional penanganan pasien covid 19.

Ibu Sulistiqomah juga menjelaskan bahwa peran partnership sangatlah penting di era sekarang mengingat gerakan kebaikan bukanlah suatu gerakan individual yang bisa dikerjakan sendiri dan dengan melakukan kemitraan dengan banyak pihak juga akan mampu memaksimalkan hasil dari gerakan kebaikan tersebut terlebih dalam proses penanganan covid 19 yang tidak akan mampu diselesaikan hanya oleh pemerintah tapi juga harus mendapatkan dukungan dari seluruh elemen masyarakat dan dengan dilakukan gerakan yang massif ini menjadikan Indonesia merupakan salah satu negara yang berhasil menangani pandemi covid 19 dengan baik buah hasil dari kolaborasi dan kolaborasi.

Nazir Wakaf Dompot Dhuafa juga tidak membatasi kepada siapapun yang ingin menjadi mitra mengingat tidak ada ketentuan khusus seperti dalam zakat yang mewajibkan muzakki nya itu seorang muslim dan ketentuannya 2,5%. Untuk menjadi wakif bahkan non muslim pun bisa menjadi sala satu pewakif dalam program wakaf Dompot Dhuafa bahkan juga bisa menjadi penerima manfaat dari wakaf sehingga keberlangsungan wakaf benar-benar dapat terhimpun dan terdistribusi secara luas tanpa batasan.

Tabel 4. 5 Mitra Dompot Dhuafa

No	Mitra Internal	Mitra Eksternal
1	Dompot Dhuafa Medika	Perusahaan
2	Lembaga Kesehatan Cuma-Cuma	Yayasan
3	Lembaga Pengembangan Insani	BUMN
4		Organisasi Masyarakat
5		Jaringan-jaringan sekolah dan kampus

Sumber : data diolah peneliti

Gambar 4. 11 : BMC Non Targeted Stakeholders

GOVERNANCE	
NON-TARGETED STAKEHOLDERS Internal • Dompot Dhuafa Medika • Lembaga Pengembangan Insani • Lembaga Kesehatan Cuma-cuma Eksternal • Perusahaan Yayasan BUMN Ormas • Jaringan Sekolah / Kampus	KEY RESOURCES <ul style="list-style-type: none"> Asst Rumah sakit / Klinik Alat kesehatan Working group Keuangan Laporan keuangan Operasional Kendaraan khusus Insan SDM Markon Fundraising Keuangan Legal PPW KEY ACTIVITIES <ul style="list-style-type: none"> Mengoperasionalkan atau memilih dana yang masuk Pelayanan Meningkatkan edukasi wakaf pada masyarakat Survei lapangan Menyebarkan campaign Penghimpunan Evaluasi lembaga per 3 bulan Evaluasi kinerja per 1 semester Evaluasi tim per 1 minggu/bulan
MISSION VALUES	SOCIAL VALUE PROPOSITION <ul style="list-style-type: none"> Penyemaian manfaat Dilakukan mid assessment Program promotif Program preventif Layanan jemput pasien Bantuan masa recovery Lembaga Pelayanan Masyarakat Hotline covid-19 Memiliki RS dan akses sendiri Lembaga kesehatan cuma-cuma Rumah sakit darurat Sivergas dan ZISWAF Pewakif Laporan konsolidasi donasi
OBJECTIVES	IMPACT MEASURES
COST STRUCTURE	INCOME Maksimal 10% dari surplus wakaf dan 5% dari pokok wakaf (untuk operasional)
CHANNLES <ul style="list-style-type: none"> Live tiktok Reels Kantor cabang Social media Klinik Facebook Live tiktok Komunitas Yayasan IG story Portal donasi e-commerce Facebook Crowdfunding Perusahaan Kantor offline Vendor akses BUMN Platform Platform meeting digital Perusahaan 	CUSTOMER & BENEFICIARIES <ul style="list-style-type: none"> Siapapun yang terjangkit Covid 19 Merujuk kepada 8 asnaf
CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT <ul style="list-style-type: none"> Report berkala ke wakif Survei berkala ke wakif Majalah bursa-cita Kajim untuk penyemaian manfaat Pengujian tim-covid-19 cordoba Public report Paket paket fundameng covid Paket darurat covid-19 Hotline Paket toman untuk wakif yang terdampak Public laporan ke website Public report Laporan keuangan Ucapan hari hari penting dari wakif Care visit Update data manfaat Wah 	CUSTOMER & BENEFICIARIES <ul style="list-style-type: none"> Siapapun yang terjangkit Covid 19 Merujuk kepada 8 asnaf

Sumber : Hasil Wawancara

9. *Cost Structure*

Cost structure merupakan struktur biaya yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan atau lembaga guna mengoperasikan bisnis modelnya. Struktur biaya biasa terbagi menjadi dua macam yaitu biaya tetap atau fix cost dan biaya variabel atau variable cost. (David J. Bland & Alexander Osterwalder, 2019)

Dalam menunjang operasional di tiap institusi, pasti membutuhkan biaya yang harus dikeluarkannya, begitupula pada Nazir Wakaf Dompot Dhuafa yang juga membutuhkan biaya dalam proses operasionalnya.

Dalam pelaksanaannya, Nazir Wakaf Dompot Dhuafa membagi biaya ini menjadi 2, biaya tetap atau fix cost dan biaya tidak tetap atau variable cost.

Biaya tetap disini merupakan biaya yang selalu dikeluarkan tanpa mengacu kepada surplus wakaf yang ada. Dompot Dhuafa melakukan metode blended fighting atau pengalokasian dana dari dana ziswaf yang terhimpun secara menyeluruh tidak berpatok pada dana ziswaf saja.

Dalam hal pendistribusian dana wakaf selama pandemic covid 19, yang menjadi biaya tetap dari siklus operasional Dompot Dhuafa adalah biaya tim medis yang meliputi, dokter, suster dan seluruh perangkat medis lainnya.

Sedangkan variable cost merupakan biaya tidak tetap yang pengalokasian dananya berdasarkan kepada surplus wakaf yang ada. Variable cost yang dikeluarkan oleh Dompot Dhuafa dalam

operasionalnya meliputi biaya listrik kantor, bensin kendaraan, gaji karyawan, biaya operasional atau biaya program, dan biaya pengelolaan aset.

Gambar 4. 12 : BMC Cost Structure

GOVERNANCE			
NON-TARGETED STAKEHOLDERS	KEY RESOURCES	<ul style="list-style-type: none"> Asst Rumah sakit / Klinik Alat kesehatan Working group Kendaraan operasional Kendaraan khusus Keuangan Laporan keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> SCM Markom Fundraising Keuangan Legal PPW
	KEY ACTIVITIES	<ul style="list-style-type: none"> Mengoperasionalkan atau memilih dana yang masuk Penyusunan Meningkatkan edukasi wakaf pada masyarakat Evaluasi kinerja per 3 bulan Evaluasi lembaga per 1 semester Evaluasi tim per 1 minggu/bulan 	<ul style="list-style-type: none"> Live tiktok Reels IG story Portal donasi e-commerce Crowdfunding digital Perusahaan Komunitas Yayasan BUMN Platform pembayaran digital Konter offline Vendor alkes Kurir M Banking Platform meeting online
MISSION VALUES	SOCIAL VALUE PROPOSITION	IMPACT MEASURES	CUSTOMER & BENEFICIARIES
OBJECTIVES	<ul style="list-style-type: none"> Penerima Manfaat Dilakukan mid assessment Program promotif Program preventif Layanan jemput pasien Bantuan masa recovery Lembaga Pelayanan Masyarakat Hotline covid 24jam Memilih RS dan obata sendiri Lembaga kesehatan cuma-cuma Rumah sakit darurat Sinergitas dana ZISWAF Pesakit Laporan konsolidasi donasi 	<ul style="list-style-type: none"> Report berkala ke wakif seremoni donasi Majalah suara cinta Kajian terkait penerima manfaat Pengutusan inas salah tim cordava Respublikan Panel pesakit berdampak covid Pakis darurat covid 24jam Hotline Paket bantuan untuk wakif yang terdampak Publik laporan ke website Public oppor Laporan keuangan Usapan hari-hari penting para wakif Care visit Update data monev Wah 	<ul style="list-style-type: none"> Siapa pun yang terjangkit Covid 19 Merujuk kepada 8 asnaf
COST STRUCTURE	<ul style="list-style-type: none"> Fix Cost Biaya Tim Medis Variable Cost Biaya Listrik Kantor Bensin Kendaraan Gaji karyawan Biaya operasional / program Biaya pengeluaran aset 	INCOME	Maksimal 10% dari surplus wakaf dan 5% dari pokok wakaf (untuk operasional)

Sumber : Hasil Wawancara

10. Mission Values

Mission values adalah tujuan jangka panjang yang di inginkan suatu lembaga sosial dalam menjalankan operasional nya. (Sparviero, 2019)

Operasional dalam lembaga filantropi seperti Dompot Dhuafa tak lepas dari tujuan jangka panjang yang diharapkan dari diselenggarakannya setiap program yang ada. Dalam hal ini Ibu Sulistiqomah dan Pak Bobby menjelaskan harapan jangka panjang yang sama.

Ibu Sulistiqomah menjelaskan bahwa harapan jangka panjang Dompot Dhuafa dari setiap program nya adalah agar kebermanfaatn dari setiap program yang dilaksanakan oleh Dompot Dhuafa dapat terus menjadi

program yang sustainable atau berkelanjutan yang dalam hal ini tidak berhenti. Dalam hal pendistribusian selama covid, Dompot Dhuafa telah mewakafkan banyak aset penunjang kesehatan seperti ambulance, dan ventilator ini agar bisa terus bermanfaat kedepannya untuk penanganan kesehatan tak terikat hanya kepada penanganan covid 19 saja.

Disisi lain, keberadaan unit aset kesehatan seperti klinik-klinik yang terus bertambah juga menjadi harapan jangka panjang Dompot Dhuafa agar program yang dimilikinya dapat didistribusikan semakin menyeluruh hingga ke daerah terpencil.

Dalam upaya mencapai tujuan jangka panjangnya, Dompot Dhuafa melakukan pelebaran peta distribusi dengan 17 kantor cabang yang dimilikinya. Proses peningkatan literasi wakaf masyarakat terus dilakukan oleh Dompot Dhuafa dan seluruh cabangnya guna meningkatkan kesadaran masyarakat akan besarnya peran wakaf karena pada saat ini penghimpunan wakaf masih 10% dari penghimpunan zakat yang menunjukkan bahwa literasi masyarakat tentang wakaf masih belum sejauh literasi terhadap zakat.

Pak Bobby menjelaskan hal yang serupa dengan menjelaskan harapan jangka panjang Dompot Dhuafa adalah agar program Dompot Dhuafa bisa terus berkelanjutan dengan salah satu program yang dimiliki Dompot Dhuafa yaitu mustahik to muzakki. Dompot Dhuafa berharap bahwa para penerima manfaat yang saat ini ada dapat naik tingkatan menjadi pewakif untuk keberlanjutan distribusi manfaat wakaf.

Gambar 4. 13 : BMC Mission Values

GOVERNANCE			
NON-TARGETED STAKEHOLDERS Internal • Dompot Dhuafa • Lembaga Medika • Pengembangan Insani • Lembaga Kesehatan Cume-cuma Eksternal • Perusahaan Yayasan • BUMN • Ormas • Jaringan Sekolah / Kampus	KEY RESOURCES Aset • Rumah sakit / Klinik • Alat kesehatan • Working group • Laporan keuangan Keuangan • Kendaran operasional • Kendaran khusus bencana SOM • Maklun • Fundraising • Keuangan • Legal • PPH	CHANNELS • Live tiktok • Kantor cabang • Social media • Klinik • Facebook • Live tiktok • Komunitas • Yayasan • BUMN • Portal donasi • e-commerce • Crowdfunding • Perusahaan Konter offline • Vendor alkes • Kurir • Mi Banking • Platform meeting online	CUSTOMER & BENEFICIARIES • Siapapun yang terjangkit Covid 19 • Merujuk kepada 8 asnaf
	KEY ACTIVITIES • Mengoperasionalkan atau memilih dana yang masuk • Penyulran • Meningkatkan edukasi wakaf pada masyarakat • Update kebutuhan masyarakat • Survei lapangan • Menyebarkan campaign • Penghimpunan Evaluasi kinerja per 3 bulan Evaluasi lembaga per 1 semester Evaluasi tim per 1 minggu/bulan	CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT • Report berkala ke wakif • seremoni donasi • sharing success wakaf • Rajar untuk generasi merdeka • Penguatan iman stah tim cordova • Penyuluhan • Paket donasi terdampak covid • Paket donasi covid 24jam • Hotline • Paket isolasi rumah wakif yang terdampak • Publish laporan ke website public report	
MISSION VALUES • Kebermanfaatn program Dompot Dhuafa yang sustainable • Peningkatan taraf hidup dari mustahik menjadi muzakki	SOCIAL VALUE PROPOSITION Penerima Manfaat • Dilakukan mid assessment • Program promotif • Program preventif • Layanan jemput pasien • Bantuan masa recovery • Lembaga Pelayanan Masyarakat • Hotline covid 24jam • Membeli IG dan alkes sendiri • Lembaga kesehatan cume-cuma • Rumah sakit darurat • Sianggas dana ZISWAF • Wakaf Laporan konsolidasi donasi	IMPACT MEASURES	
OBJECTIVES		OUTPUT MEASURES	
COST STRUCTURE Fix Cost • Biaya Tim Medis	Variable Cost • Biaya Listrik Kantor • Bensin Kendaraan • Gaji karyawan • Biaya operasional / program • Biaya pengelolaan aset	INCOME Maksimal 10% dari surplus wakaf dan 5% dari pokok wakaf (untuk operasional)	

Sumber : Hasil Wawancara

11. Objectives

Objectives merupakan harapan jangka pendek yang dimiliki suatu lembaga sosial terhadap operasional yang dilakukan. (Sparviero, 2019)

Dompot Dhuafa memiliki harapan bahwa pasien covid yang ada dapat segera mendapatkan penanganan yang tepat dan jumlah pasien bisa segera mengalami penurunan, kemudian pandemi covid 19 dapat segera hilang dari bumi Indonesia sehingga masyarakat dapat kembali hidup normal seperti sebelum adanya pandemi covid 19 dan Dompot Dhuafa juga berharap bisa ikut turut andil dalam program pemerintah guna pengentasan pandemi covid 19.

Proses mencapai harapan jangka pendek ini dilakukan Dompot Dhuafa dengan berbagai program-program yang dilakukan selama pandemi covid 19 seperti layanan pick up pasien, dan rumah sakit darurat.

Gambar 4. 14 : Objectives

GOVERNANCE			
NON-TARGETED STAKEHOLDERS Internal <ul style="list-style-type: none"> Dompot Dhuafa Medika Lembaga Pengembangan Insani Lembaga Kesehatan Cume-cuma Eksternal <ul style="list-style-type: none"> Perusahaan Yayasan BUMN Ormas Jaringan Sekolah / Kampus 	KEY RESOURCES Aset <ul style="list-style-type: none"> Rumah sakit / Klinik Alat kesehatan Keuangan Laporan keuangan SOM <ul style="list-style-type: none"> Markom Fundraising Keuangan Legat PPW 	CHANNELS <ul style="list-style-type: none"> Kantor cabang Social media Klinik Facebook Live tiktok Live tiktok Reels Komunitas Yayasan BUMN Platform M Banking Platform meeting online Konter offline Vendor akses Kurir Platform pembayaran digital Perusahaan	CUSTOMER & BENEFICIARIES <ul style="list-style-type: none"> Siapa pun yang terjangkit Covid 19 Merujuk kepada 8 asnaf
	KEY ACTIVITIES <ul style="list-style-type: none"> Update kebutuhan masyarakat Survei lapangan Menyebarkan campaign Penghimpunan 	CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT <ul style="list-style-type: none"> Report berkala ke eskaf Blasting edukasi wakaf Majalah suara cinta Kajian untuk penerima manfaat Pengaturan insas oleh tim condona Penyuluhan Paket pewakif terdampak covid Poin donor covid 20km Hotline Paket insas untuk wakif yang terdampak Publish laporan ke website Public expose Laporan kegiatan Laporan hert their penting para wakif Cara visit Update data maupaf stah	
MISSION VALUES <ul style="list-style-type: none"> Kebermanfaatn program Dompot Dhuafa yang sustainable Peningkatan taraf hidup dari mustahik menjadi muzakki 	SOCIAL VALUE PROPOSITION Penerima Manfaat <ul style="list-style-type: none"> Dilakukan mid assesment Program preventif Layanan jemput pasien Bantuan masa recovery Lembaga Pelayanan Masyarakat Hotline covid 0856 Memiliki RS dan akses sendiri Lembaga kesehatan cume-cuma Rumah sakit darurat Siergias dana ZISWAF Pewakif Laporan konsolidasi donasi	IMPACT MEASURES Pewakif Laporan konsolidasi donasi	OUTPUT MEASURES
OBJECTIVES <ul style="list-style-type: none"> Pasien berkurang Penanganan yang cepat Pandemi Covid 19 segera berakhir Kehidupan kembali normal Kontribusi program pemerintah 	COST STRUCTURE Fix Cost <ul style="list-style-type: none"> Biaya Tim Medis Variable Cost <ul style="list-style-type: none"> Biaya Listrik Kantor Bensin Kendaraan Gaji karyawan Biaya operasional / program Biaya pengelolaan aset 	INCOME Maksimal 10% dari surplus wakaf dan 5% dari pokok wakaf (untuk operasional)	

Sumber : Hasil Wawancara

12. Output Measures

Output Measures merupakan visi yang dimiliki suatu lembaga atau institusi dalam proses operasionalnya. (Sparviero, 2019)

Dalam hal ini, Dompot Dhuafa memiliki visi yaitu terwujudnya masyarakat adil makmur.

Masyarakat adil makmur yang dimaksud disini adalah proses pemanfaatan segala sumber daya dalam menjalankan syariat Islam, melindungi harta, keturunan, dan rasa berkecukupan sebagaimana dijelaskan oleh Ibu Sulistiqomah :

“Masyarakat adil dan makmur adil itu apa sih ya suatu tatanan menuntut agar semua sumber daya itu dimanfaatkan untuk diwujudkan dalam menjalankan syariat Islam kemudian melindungi harta serta melindungi keturunan Makmur dalam hal ini berarti berkecukupan tidak berkekurangan tadi ya Dompot Dhuafa punya visi mustahik to muzakki bagaimana mustahik yang kita berikan dari dana ziswaf itu bisa berubah

menjadi Muzakki dan dia bisa apa ya meneruskan gerakan kebaikan dengan ikut berdonasi atau ikut membantu kembali zakat, infak, sedekah, wakaf dan menyalurkan kembali ke dompet dhuafa atau ke masyarakat lainnya yang tidak mampu dengan itu endowment fund nya umat gitu ya akan menjadikan masyarakat itu adil dan Makmur”

Gambar 4. 15 : Output Measures

GOVERNANCE			
NON-TARGETED STAKEHOLDERS <ul style="list-style-type: none"> Internal <ul style="list-style-type: none"> Dompet Dhuafa Medika Lembaga Pengembangan Insani Lembaga Kesehatan Cuma-cuma Eksternal <ul style="list-style-type: none"> Perusahaan Yayasan BUMN Ormas Jaringan Sekolah / Kampus 	KEY RESOURCES <ul style="list-style-type: none"> Asst Rumah sakit / Klinik Alat kesehatan Working group Keuangan Laporan keuangan SDM Markom Fundraising Keuangan Legal PPW 	CHANNELS <ul style="list-style-type: none"> Kantor cabang Social media Klinik Facebook Live tiktok Live tiktok Reels IG story Portal donasi e-commerce Crowdfunding Perusahaan Komunitas Yayasan BUMN M Banking Platform pembayaran digital Konter offline Vendor akses Kurir M Banking Platform meeting online 	CUSTOMER & BENEFICIARIES <ul style="list-style-type: none"> Siapapun yang terjangkau Covid 19 Merujuk kepada 8 asnaf
	KEY ACTIVITIES <ul style="list-style-type: none"> Mengoperasionalkan atau memilih dana yang masuk Penyaluran Meningkatkan edukasi wakaf pada masyarakat Update kebutuhan masyarakat Survei lapangan Menyebarkan campaign Penghimpunan 	CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT <ul style="list-style-type: none"> Report berkala ke wakif seremoni donasi Blasting edukasi wakaf Majalah suara cinta Kajian untuk penerima manfaat Pengutusan iman oleh tim cordova Penyuluhan Paket pesakit terdampak covid Posko darurat covid 24jam Hotline Paket isoman untuk wakif yang terdampak Publiah laporan ke website Public expose Laporan keuangan Ucapan hari-hari pendek para wakif Cara visit Update data musafif aliah 	
MISSION VALUES <ul style="list-style-type: none"> Kebermanfaatn program Dompet Dhuafa yang sustainable Peningkatan taraf hidup dari mustahik menjadi muzakki 	SOCIAL VALUE PROPOSITION <ul style="list-style-type: none"> Penerima Manfaat Dilakukan mid assessment Program promotif Program preventif Layanan jemput pasien Bantuan masa recovery Lembaga Pelayanan Masyarakat Hotline covid 24jam Memiliki RS dan akses sendiri Lembaga kesehatan cuma-cuma Rumah sakit darurat Sinergitas dengan ZIKWAF Pewakif Laporan konsolidasi donasi 	IMPACT MEASURES	
OBJECTIVES <ul style="list-style-type: none"> Pasien berkurang Penanganan yang cepat Pandemi Covid 19 segera berakhir Kehidupan kembali normal Kontribusi program pemerintah 	OUTPUT MEASURES <p>Terwujudnya masyarakat adil makmur</p>		
COST STRUCTURE <ul style="list-style-type: none"> Fix Cost <ul style="list-style-type: none"> Biaya Tim Medis Variable Cost <ul style="list-style-type: none"> Biaya Listrik Kantor Bensin Kendaraan Gaji karyawan Biaya operasional / program Biaya pengelolaan aset 	INCOME <p>Maksimal 10% dari surplus wakaf dan 5% dari pokok wakaf (untuk operasional)</p>		

Sumber : Hasil Wawancara

13. Impact Measures

Impact Measures merupakan misi yang dimiliki suatu lembaga atau institusi dalam proses mencapai visinya. (Sparviero, 2019)

Dompet Dhuafa dalam upaya mencapai visinya yaitu mewujudkan masyarakat adil 89andem, memiliki 4 misi yang telah disusun sebagai berikut :

- 1) Mengoptimalkan pemanfaatan zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) untuk memberdayakan kaum dhuafa (miskin) agar bebas dari belenggu kemiskinan.
- 2) Melakukan pembelaan dan pelayanan untuk mendorong transformasi masyarakat berbasis keadilan.
- 3) Mewujudkan pelayanan, pembelaan dan pemberdayaan yang berkualitas dan berkesinambungan serta berdampak pada kemandirian masyarakat yang berkelanjutan.
- 4) Mewujudkan keberlanjutan organisasi melalui tata Kelola yang baik sesuai dengan prinsip Good Corporate Governance serta pemenuhan prinsip Syariah dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Ke empat misi ini menjadi 90andemi-langkah yang dilakukan dompet dhuafa dengan berbagai programnya guna mampu mencapai visi yang diharapkan dan saat ini, Dompet Dhuafa telah mampu mencapai seluruh misi nya sebagai 90andemi filantropi dan akan terus ditingkatkan.

Dan dari ke empat misi yang dimiliki Dompet Dhuafa, misi ketiga menjadi misi yang paling relevan dengan proses distribusi dana wakaf 90andem 90andemic covid 19 yaitu mewujudkan pelayanan, pembelaan dan pemberdayaan yang berkualitas dan berkesinambungan serta berdampak pada kemandirian masyarakat yang berkelanjutan.

Gambar 4. 16 BMC Impact Measures

GOVERNANCE			
NON-TARGETED STAKEHOLDERS <ul style="list-style-type: none"> Internal <ul style="list-style-type: none"> Dompot Dhuafa Medika Lembaga Pengembangan Insani Lembaga Kesehatan Cuma-cuma Eksternal <ul style="list-style-type: none"> Perusahaan Yayasan BUMM Ormas Jaringan Sekolah / Kampus 	KEY RESOURCES <ul style="list-style-type: none"> Asat Rumah sakit / Klinik Alat kesehatan Working group Kendaraan operasional Kendaraan khusus bencana SDM Markom Fundraising Kuangan Legal PPW 	CHANNELS <ul style="list-style-type: none"> Kantor cabang Social media Klinik Facebook Live tiktok Live tiktok Reels IG story portal donasi e-commerce Crowdfunding Perusahaan Komunitas Yayasan BUMM Platform pembayaran digital Konter offline Vendor alkes Kurif M Banking Platform meeting online 	CUSTOMER & BENEFICIARIES <ul style="list-style-type: none"> Siapapun yang terjangkit Covid 19 Merujuk kepada 8 asnaf
	KEY ACTIVITIES <ul style="list-style-type: none"> Mengoperasionalkan atau memilih dana yang masuk Penyulatan Meningkatkan edukasi wakaf pada masyarakat Evaluasi kinerja per 3 bulan Evaluasi lembaga per 1 semester Evaluasi tim per 1 minggu/bulan 	CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT <ul style="list-style-type: none"> Report berkala ke wakif Report berkala ke wakif Blazing edukasi wakaf Majalah sosial cina Kajian untuk penerima manfaat Penguatan iman oleh tim cordova Penyuluhan Paket pewakif terdampak covid Paket darurat covid 24jam Hotline Paket isoman untuk wakif yang terdampak Public laporan ke website Public capsex Laporan keuangan Siapa hari-hari penting para wakif Care visit Update data mauquf lain 	
MISSION VALUES <ul style="list-style-type: none"> Kebermanfaatn program Dompot Dhuafa yang sustainable Peningkatan taraf hidup dari mustahik menjadi muzakki 	SOCIAL VALUE PROPOSITION <ul style="list-style-type: none"> Penerima Manfaat Dilakukan mid assessment Program promotif Program preventif Layanan jemput pasien Bantuan masa recovery Lembaga Pelayanan Masyarakat Hotline covid 24jam Miliki RS dan alkes sendiri Lembaga kesehatan cuma-cuma Rumah sakit darurat Sinergitas dana ZISWAF Pewakif Laporan konsolidasi donasi Pewakif Laporan konsolidasi donasi 	IMPACT MEASURES Mewujudkan pelayanan, pembelaan dan pemberdayaan yang berkualitas dan berkesinambungan serta berdampak pada kemandirian masyarakat yang berkelanjutan	
OBJECTIVES <ul style="list-style-type: none"> Pasien berkurang Penanganan yang cepat Pandemi Covid 19 segera berakhir Kehidupan kembali normal Kontribusi program pemerintah 	OUTPUT MEASURES Terwujudnya masyarakat adil makmur		
COST STRUCTURE <ul style="list-style-type: none"> Fix Cost Biaya Tim Medis Variable Cost Biaya Listrik Kantor Bensin Kendaraan Gaji karyawan Biaya operasional / program Biaya pengelolaan aset 	INCOME Maksimal 10% dari surplus wakaf dan 5% dari pokok wakaf (untuk operasional)		

Sumber : Hasil Wawancara

14. Governance

Governance merupakan regulasi-regulasi maupun regulator yang dimiliki oleh suatu lembaga atau institusi dalam proses operasionalnya. (Sparviero, 2019)

Regulasi ini menjadi penting guna terlaksananya segala program secara terstruktur dan sistematis, serta dapat sesuai target yang diharapkan. Disisi lain, peran regulator menjadi kunci utama karena regulator lah yang berperan dalam mengatur alur operasional suatu lembaga agar mampu mencapai target yang diharapkannya.

Dalam proses pendistribusian dana wakaf selama covid 19, Dompot Dhuafa memiliki beberapa regulasi seperti tidak adanya pembedaan pasien dalam pendistribusian manfaat wakaf, artinya seluruh masyarakat yang terjangkit covid bisa mendapatkan pelayanan yang sudah disiapkan oleh Dompot Dhuafa dan mengutamakan akses masyarakat yang

terjangkau diseluruh titik pelayanan, maka dari itu, dibuatkan hotline guna mempercepat proses pelayanan dengan segera memberikan instruksi kepada penanggung jawab disetiap titik pelayanan terdekat dari pasien.

Dalam proses penentuan regulasi yang ada, Dompot Dhuafa memiliki beberapa regulator yang diawali dari direksi, kemudian pengurus, selanjutnya ada dewan pengawas syariah dan yang tertinggi yaitu dewan Pembina yang merupakan founding father dari Dompot Dhuafa.

Gambar 4. 17 : Struktur Regulator Dompot Dhuafa

Dewan Pembina
Dewan Pengawas Syariah
Pengurus
Direksi

Sumber : Hasil Wawancara

Gambar 4. 18 : BMC Governance

GOVERNANCE		Regulasi		Regulator						
<ul style="list-style-type: none"> Mengutamakan akses masyarakat yang terjangkau diseluruh titik pelayanan Semua yang terjangkau covid dapat menerima manfaat wakaf 				<ul style="list-style-type: none"> Direksi Pengurus Dewan Pengawas Syariah Dewan Pembina 						
NON-TARGETED STAKEHOLDERS	<ul style="list-style-type: none"> Internal <ul style="list-style-type: none"> Dompot Dhuafa Medika Lembaga Pengembangan Insani Lembaga Kesehatan Cumi-cumi Eksternal <ul style="list-style-type: none"> Perusahaan Yayasan BUMN Ormas Jaringan Sekolah / Kampus 	KEY RESOURCES	<ul style="list-style-type: none"> Asat Rumah sakit / klinik Alat kesehatan Working group Kendaraan operasional Kendaraan khusus kesehatan 	<ul style="list-style-type: none"> SDM Markom Fundraising Keuangan Legal PPW 	CHANNELS	<ul style="list-style-type: none"> Live tiktok Reels IG story Social media Klinik Facebook Live tiktok 	<ul style="list-style-type: none"> Komunitas Yayasan BUMN M Banking Platform e-commerce Platform meeting digital Perusahaan 	CUSTOMER & BENEFICIARIES	<ul style="list-style-type: none"> Konter offline Vendor alkes Kurir M Banking Platform 	<ul style="list-style-type: none"> Siapapun yang terjangkau Covid 19 Merujuk kepada 8 asnaf
		KEY ACTIVITIES	<ul style="list-style-type: none"> Mengoperasionalkan atau memilih dana yang masuk Penyaluran Meningkatkan edukasi wakaf pada masyarakat Update kebutuhan masyarakat Survei lapangan Menyebarkan campaign Penghimpunan 	<ul style="list-style-type: none"> Report berkala ke wakif seremoni fokus Rating edukasi wakaf Magnum tahun serta Pengadaan team club tim covid19 Perwujudan Public expose 	CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT	<ul style="list-style-type: none"> Palet pembatf terdampak covid Palet donasi covid 2jman Hotline Palet isoman untuk wakif yang terdampak Public laporan ke website Public expose 				
MISSION VALUES	<ul style="list-style-type: none"> Kebermanfaatan program Dompot Dhuafa yang sustainable Peningkatan taraf hidup dari mustahik menjadi muzakki 	SOCIAL VALUE PROPOSITION	<ul style="list-style-type: none"> Penerima Manfaat Dilakukan mid assessment Program prosedif Program preventif Layanan jemput pasien Bantuan masa recovery Lembaga Pelayanan Masyarakat Hotline covid 2jman Memiliki RS dan alkes sendiri Lembaga kesehatan cumi-cumi Rumah sakit darurat Sinergitas dana 20WAKIF Pewakif Laporan konsolidasi donasi 	IMPACT MEASURES	<ul style="list-style-type: none"> Mewujudkan pelayanan, pembelaan dan pemberdayaan yang berkualitas dan berkesinambungan serta berdampak pada kemandirian masyarakat yang berkelanjutan 					
OBJECTIVES	<ul style="list-style-type: none"> Pasien berkurang Penanganan yang cepat Pandemi Covid 19 segera berakhir Kehidupan kembali normal Kontribusi program pemerintah 	OUTPUT MEASURES	<ul style="list-style-type: none"> Terwujudnya masyarakat adil makmur 							
COST STRUCTURE	<ul style="list-style-type: none"> Fix Cost Biaya Tim Medis 	<ul style="list-style-type: none"> Variable Cost Biaya Listrik Kantor Bersin Kendaraan Gaji karyawan Biaya operasional / program Biaya pengelolaan aset 	INCOME	<ul style="list-style-type: none"> Maksimal 10% dari surplus wakaf dan 5% dari pokok wakaf (untuk operasional) 						

Sumber : Hasil Wawancara

C. Analisa BMC Strategi Distribusi Wakaf Dompot Dhuafa dengan Atlas Ti

Atlas Ti digunakan untuk mengetahui elemen *Business Model Canvas for Social Enterprise* yang memiliki pengaruh paling besar dalam strategi distribusi dana wakaf. Proses ini dilakukan dengan memasukkan masing-masing elemen *Business Model Canvas* kedalam satu kode sehingga terdapat 14 kode yang bersumber dari jumlah elemen *Business Model Canvas for Social Enterprise* karya Sergio Sparviero.

Proses ini dilakukan dengan mengutip verbatim dari masing-masing narasumber guna mendapatkan angka yang akan dijadikan acuan penilaian, angka tersebut dihasilkan dari intensitas penyebutan oleh masing-masing narasumber. Hal ini berarti bahwa semakin sering narasumber menyebutkan kalimat tersebut maka angka yang dihasilkan pada suatu elemen pun akan semakin besar.

Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah Nazir Wakaf Dompot Dhuafa sehingga analisa yang dilakukan merupakan hasil wawancara dengan pihak Dompot Dhuafa yaitu Bapak Bobby P Manulang selaku general manager penghimpunan Nazir Wakaf Dompot Dhuafa dan Ibu Sulistiqomah selaku manager partnership Nazir Wakaf Dompot Dhuafa. Kedua narasumber tersebut dipilih karena memiliki posisi penting dan mampu memberikan jawaban terbaik untuk mendukung penelitian ini.

Setelah dilakukan analisa dengan menggunakan software Atlas Ti, kode yang terdapat dalam Business Model Canvas digunakan untuk menentukan elemen apakah yang menjadi kekuatan terbesar dalam strategi distribusi dana wakaf tunai Nazir Wakaf Dompot Dhuafa. Berikut hasil analisa verbatim kedua narasumber yang sudah di analisa dengan software Atlas Ti :

1) **Hasil Analisa Verbatim Narasumber 1**

Tabel 4. 6 Hasil Analisa Atlas Ti Narasumber 1

	1. Transkrip Wawancara Narasumber 1 Gr=81	
	Absolute	Table- relative
○ Social Value Proposition Gr=43	25	28.41%

○ Channel Gr=23	9	10.23%
○ Customer & Beneficiaries Engagement Gr=21	8	9.09%
○ Customer & Beneficiaries Gr=14	7	7.95%
○ Governance Gr=14	7	7.95%
○ Income Gr=12	7	7.95%
○ Key Resource Gr=16	5	5.68%
○ Cost Structure Gr=9	4	4.54%
○ Non Targeted Stakeholders Gr=14	4	4.54%
○ Key Activities Gr=11	3	3.41%
○ Mission Values Gr=7	3	3.41%
○ Impact Measures Gr=5	2	2.27%
○ Objectives Gr=4	2	2.27%
○ Output Measures Gr=5	2	2.27%

Totals	88	100.00%
---------------	-----------	----------------

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil analisa verbatim narasumber 1, elemen yang memiliki angka terbesar yaitu *Social Value Proposition* dengan nilai absolute 25 dan *table relative* 28,41%. Hal ini menunjukkan bahwa *elemen social value proposition* menjadi elemen yang paling banyak diucapkan oleh narasumber pertama dan menjadi elemen terkuat dalam manajemen distribusi dana wakaf oleh Dompot Dhuafa pada era covid 19 karena disebutkan oleh narasumber pertama sebanyak 25 kali atau 28,41% dari keseluruhan hasil wawancara.

Elemen terkuat selanjutnya menurut narasumber pertama yaitu *channel* atau jaringan distribusi, *customer & beneficiaries engagement* atau hubungan dengan segmentase pasar, *customer & beneficiaries* atau segmentase pasar, *Governance* atau regulasi dan regulator yang mengatur, *income, key resource, cost structure, non targeted relationship* atau kemitraan, *key activities, mission values* atau harapan jangka panjang, *impact measures* atau misi lembaga, *objectives* atau harapan jangka pendek dan *output measures* atau visi lembaga.

2) Hasil Analisa Verbatim Narasumber 2

Tabel 4. 7 Hasil Analisa Atlas Ti Narasumber 2

	3. Transkrip Wawancara	
--	-------------------------------	--

	Narasumber	
	2	
	Gr=82	
	Absolute	Table- relative
○ Social Value Proposition Gr=43	18	16.36%
○ Channel Gr=23	14	12.73%
○ Customer & Beneficiaries Engagement Gr=21	13	11.82%
○ Key Resource Gr=16	11	10.00%
○ Non Targeted Stakeholders Gr=14	10	9.09%
○ Key Activities Gr=11	8	7.27%
○ Customer & Beneficiaries Gr=14	7	6.36%
○ Governance Gr=14	7	6.36%
○ Cost Structure Gr=9	5	4.54%

○ Income Gr=12	5	4.54%
○ Mission Values Gr=7	4	3.64%
○ Impact Measures Gr=5	3	2.73%
○ Output Measures Gr=5	3	2.73%
○ Objectives Gr=4	2	1.82%
Total	110	100.00%

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil analisa verbatim narasumber 2, elemen yang memiliki angka terbesar yaitu *Social Value Proposition* dengan nilai absolute 18 dan *table relative* 16,36%. Hal ini menunjukkan bahwa elemen *social value proposition* menjadi elemen yang paling banyak diucapkan oleh narasumber kedua dan menjadi faktor terkuat dalam manajemen distribusi dana wakaf oleh Dompot Dhuafa pada era covid 19 karena disebutkan oleh narasumber pertama sebanyak 18 kali atau 16,36% dari keseluruhan hasil wawancara.

6) Hasil Analisa Gabungan

Untuk mengetahui elemen pasti yang menjadi kekuatan utama strategi distribusi dana wakaf tunai Dompot Dhuafa, hasil analisa kedua narasumber digabungkan sehingga menjadi seperti ini :

Tabel 4. 8 Hasil Analisa Atlas Ti Gabungan

	Totals	
	Absolute	Table- relative
○ Social Value Proposition Gr=43	49	22.39%
○ Channel Gr=23	25	11.48%
○ Customer & Beneficiaries Engagement Gr=21	23	10.45%
○ Key Resource Gr=16	17	7.84%
○ Customer & Beneficiaries Gr=14	16	7.16%
○ Governance Gr=14	16	7.16%

○ Non Targeted Stakeholders Gr=14	15	6.82%
○ Income Gr=12	14	6.25%
○ Key Activities Gr=11	12	5.34%
○ Cost Structure Gr=9	10	4.54%
○ Mission Values Gr=7	8	3.52%
○ Impact Measures Gr=5	6	2.50%
○ Output Measures Gr=5	6	2.50%
○ Objectives Gr=4	4	2.04%
Totals	220	100.00%

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil analisa gabungan antara verbatim Bapak Bobby dan Ibu Sulistiqomah dengan menggunakan Atlas Ti, menunjukkan bahwa dari 14 elemen Business Model Canvas for Social Enterprise, elemen yang memiliki nilai terbesar adalah *Social Value Proposition* dengan nilai absolute 49 dan *table relative* 22,39% atau kedua narasumber menyebutkan elemen social value

proposition sebanyak 49 kali selama wawancara atau 22,39% dari keseluruhan hasil wawancara.

Berdasarkan hasil tersebut, maka elemen Social Value Proposition menjadi elemen dengan nilai terbesar dibandingkan 13 elemen lainnya karena disebutkan sebanyak 49 kali oleh kedua narasumber atau 22,39% dari keseluruhan hasil wawancara. Hal ini menunjukkan bahwa Social Value Proposition menjadi kekuatan terbesar dalam proses pendistribusian dana wakaf tunai oleh Nazir Wakaf Dompot Dhuafa.

Banyaknya value yang ditawarkan Nazir Wakaf Dompot Dhuafa berarti membuahkan hasil yang maksimal, hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya dana wakaf pada tiap tahun seperti yang dikatakan oleh Ibu Sulistiqomah bahwa penghimpunan dana wakaf Nazir Wakaf Dompot Dhuafa dalam 3 tahun terakhir terus mengalami peningkatan yang signifikan.

Tabel 4. 9 Data Penghimpunan Dana Wakaf oleh Dompot Dhuafa

Tahun	Total Dana Terhimpun
2020	16,6 Miliar
2021	30,2 Miliar
2022	41,1 Miliar

Sumber : Hasil Wawancara

Value ini mampu menguatkan posisi Dompot Dhuafa dalam kepercayaan masyarakat untuk mewakafkan hartanya karena kepercayaan para wakif

merupakan kunci dari sukses nya suatu lembaga wakaf dan kepercayaan itu bisa didapatkan dari diferensiasi dan value produk yang dimiliki suatu lembaga.

Terlebih lagi, kondisi pandemi covid 19 yang membatasi kehidupan manusia dan membutuhkan kepercayaan penuh masyarakat dalam mendonasikan hartanya agar harta yang didonasikan tersebut dapat benar-benar membantu dalam proses pemulihan pandemi covid 19 menjadikan value dari suatu lembaga sangat dibutuhkan untuk meyakinkan para pewakif bahwa harta yang diwakafkan akan terdistribusi secara cepat dan tepat sasaran.

Banyaknya saluran distribusi yang dimiliki Dompot Dhuafa juga semakin menguatkan nilai tambah dari Nazir Wakaf Dompot Dhuafa. Hal ini ditujukan dengan elemen Channel yang menduduki posisi kedua dalam strategi distribusi dana wakaf oleh Dompot Dhuafa dengan nilai absolute 25 atau 11,48% dari total keseluruhan wawancara.

Menjalin hubungan baik dengan segmentase pasar yang diterapkan oleh Nazir Wakaf Dompot Dhuafa menjadi elemen terkuat ketiga setelah elemen social value proposition dan elemen channel atau jaringan distribusi dengan nilai ablosule 23 atau 23 kali disebutkan oleh kedua narasumber dan 10,45% dari total keseluruhan hasil wawancara

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisa *Business Model Canvas for Social Enterprise* Analisa menggunakan Atlas Ti , ditemukan bahwa kunci utama yang menjadikan Nazir Wakaf Dompot Dhuafa dipercaya oleh masyarakat banyak adalah banyaknya value yang diberikan kepada para *customer* nya baik itu *customer* pewakif maupun

penerima manfaat wakaf. Hal ini dibuktikan dengan hasil Analisa Atlas Ti yang menunjukkan bahwa elemen *Social Value Proposition* menjadi elemen terkuat dalam strategi distribusi dana wakaf tunai era covid 19 oleh Dompot Dhuafa.

Hal ini sejalan dengan penelitian Fauziah bahwa elemen *Social Value Proposition* menjadi elemen terkuat mengingat Indonesia memiliki potensi dana ZIS yang sangat besar, maka dalam upaya pengoptimalan itu dibutuhkan strategi baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Indah Sulistyia, Neneng Hasanah, dan M. Iqbal Irfany juga menjelaskan bahwa elemen *Social Value Proposition* menjadi elemen terkuat dengan dibutuhkannya memiliki value penghimpunan dana wakaf secara digital.

Namun berbeda dengan riset milik Bayu Purnama Putra dan Mukhaer Pakkanna yang lebih mengutamakan pada penguatan Lembaga, baik dalam hal pembentukan hubungan baik dengan para lembaga sosial islam, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, maupun pengoptimalan fasilitas yang ada. Dian Purnama Sari juga menjelaskan bahwa strategi yang digunakan oleh BAZNAS dalam mengoptimalkan proses penghimpunan dana zakatnya adalah dengan meningkatkan kerjasama dengan instansi swasta dan pemerintah seperti pengadaan seminar dan workshop yang bertemakan zakat.

Dalam pengelolaan wakaf, element *Customer Relationship* atau *Customer and Beneficiaries Engagement* juga menjadi element terkuat dengan dibuktikan dalam penelitian milik Siti Karimatul Akhlak, Bayu Taufiq, Possumah, Eng Saiful Anwar yaitu dengan menghimpun dana dengan pendekatan personal

Dari hasil ini diharapkan Nazir Wakaf Dompot Dhuafa dapat menjaga value yang sudah diterapkan selama pandemi covid 19 dengan menerapkannya pada beberapa situasi darurat mengingat kondisi pandemi covid 19 yang membutuhkan penanganan cepat maka strategi ini juga dapat dilakukan dalam beberapa momen penanganan darurat seperti bencana alam, dll.

Penetapan strategi ini juga membuktikan bahwa Nazir Wakaf Dompot Dhuafa sangat responsif dalam menanggapi kondisi pandemi covid 19. Maka dari itu, Nazir Wakaf Dompot Dhuafa dapat selalu responsif dalam memperbaharui strategi distribusinya berdasarkan pada kondisi yang sedang terjadi.

Media distribusi yang dimiliki Nazir Wakaf Dompot Dhuafa juga sudah cukup membantu dalam strategi distribusi dana wakaf tunai selama pandemic dengan ditetapkan elemen *Channel* sebagai elemen terkuat kedua dalam strategi distribusi dana wakaf tunai era covid 19 oleh Dompot Dhuafa. Maka diharapkan bahwa Nazir Wakaf Dompot Dhuafa juga dapat terus menambah media dalam proses pendistribusian wakaf sehingga optimalisasi distribusi dana wakaf dapat segera terealisasi.

Disisi lain, edukasi tentang wakaf tunai juga harus terus ditingkatkan oleh Nazir Wakaf Dompot Dhuafa mengingat hasil dana wakaf yang berhasil terdistribusi baru 10% dari dana zakat sehingga besar harapan bahwa kedepannya Nazir Wakaf Dompot Dhuafa dapat mendistribusikan dana sebagaimana besaran dana zakat dan harapan jangka panjang Dompot Dhuafa untuk meningkatkan taraf hidup penerima manfaat wakaf menjadi pewakif dapat segera terealisasi dan

harapan kebermanfaatan program yang berkelanjutan juga dapat terealisasi dengan terus meningkatkan *Value* dari Nazir Wakaf Dompot Dhuafa dan media dalam proses pendistribusian dana wakaf.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Analisa Business Model Canvas for Social Enterprise menunjukkan bahwa :

- 1) *Customer & beneficiaries* : seluruh masyarakat yang terpapar virus covid 19 dan terklasifikasikan berdasarkan 8 asnaf untuk program *recovery*.
- 2) *Social value proposition* : Terbagi kepada 2 hal yaitu *Value* yang ditawarkan untuk pewakif dan untuk penerima manfaat wakaf.
- 3) *Channels* : Media offline dan online.
- 4) *Customer & beneficiaries engagement* : Menjaga hubungan baik dengan pewakif maupun penerima manfaat wakaf dengan memberikan perhatian secara intens dan personal.
- 5) *Income* : Maksimal 10% dari surplus wakaf yang didapatkan dan maksimal 5% dari pokok wakaf yang digunakan khusus untuk operasional distribusi wakaf dan harus diketahui oleh para pewakif,
- 6) *Key activities* : Mengupdate kebutuhan masyarakat, survei lapangan, penghimpunan, melakukan *campaign*, pengklasifikasian dana, hingga penyaluran dan melakukan evaluasi secara berkala.
- 7) *Key resources* : Aset, sumber daya manusia dan sumber daya keuangan.
- 8) *Non targeted stakeholders* : Mitra dari internal Dompot Dhuafa dan mitra dari sumber eksternal.
- 9) *Cost structure* : fix cost seperti biaya tenaga medis, dan dokter maupun variable cost yang berisi kebutuhan operasional dan hak nazir.

- 10) *Mission values* : Kebermanfaatan program nya dapat berkelanjutan dan peningkatan taraf kehidupan dari penerima manfaat menjadi pewakif.
 - 11) *Objectives* : Para pasien covid dapat segera mendapat penanganan sehingga jumlahnya dapat terus berkurang, covid 19 bisa segera hilang, kehidupan yang kembali normal serta turut andil dalam program pemerintah.
 - 12) *Output measures* : terwujudnya masyarakat adil makmur.
 - 13) *Impact measures* : ada 4 dan yang paling relevan terhadap strategi distribusi dana wakaf selama pandemi covid 19 adalah misi ke empat yaitu mewujudkan pelayanan pembelaan dan pemberdayaan yang berkualitas dan berkesinambungan serta berdampak pada kemandirian masyarakat yang berkelanjutan.
 - 14) *Governance* : Regulasi tidak membedakan pasien, semua yang terjangkit covid bisa mendapatkan manfaat wakaf serta melakukan penanganan dengan akses yang terjangkau diseluruh titik pelayanan. Sedangkan regulator yaitu direksi, pengurus, dewan pengawas syariah, dan dewan pembina.
2. Elemen *Social Value Proposition* menjadi faktor utama dalam strategi distribusi dana wakaf era covid 19 oleh Nazir Wakaf Dompot Dhuafa dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas for Social Enterprise karya Sergio Sparviero dengan nilai absolute 49 atau 22,39%

dan elemen *Channel* menempati posisi kedua dengan nilai absolute 25 atau 11,48%. Sedangkan posisi terakhir ada pada elemen *Objectives* atau harapan jangka pendek dengan nilai absolute 4 atau 2,04%

B. Saran

- 1) Untuk penelitian selanjutnya, agar bisa membandingkan hasil analisa Business Model Canvas for Social Enterprise dengan lembaga wakaf lainnya agar mampu memberikan kemajuan terhadap seluruh lembaga wakaf karena telah mengetahui kekuatan strateginya.
- 2) Untuk penelitian selanjutnya, agar bisa menggunakan Business Model Canvas for Social Enterprise untuk menganalisa aspek lainnya selain dari distribusi milik Dompot Dhuafa agar memberikan gambaran kompleks tentang kekuatan strategi dari masing-masing aspek.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, E. A. (2018). Penggunaan Software ATLAS.ti sebagai Alat Bantu Proses Analisis Data Kualitatif. *Mosharafa: Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(2), 53–63. <https://doi.org/10.31980/mosharafa.v5i2.260>
- Akhlaq, S. K., Possumah, B. T., & Anwar, D. S. (2021a). Analisis Strategi Pengelolaan Wakaf sebagai Bisnis Sosial Islam-Study Kasus Yayasan Wakaf Produktif Pengelola Aset Islami Indonesia. In *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* (Vol. 5, Issue 2).

- Akhlaq, S. K., Possumah, B. T., & Anwar, S. (2021b). Analisis Strategi Pengelolaan Wakaf sebagai Bisnis Sosial Islam-Study Kasus Yayasan Wakaf Produktif Pengelola Aset Islami Indonesia. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 5(2), 127–145.
- Baldwin, R. E., Weder, Beatrice., & Centre for Economic Policy Research (Great Britain). (2020). *Economics in the time of COVID-19*. CEPR Press.
- David J. Bland, & Alexander Osterwalder. (2019). *Testing Business Ideas A Field Guide for Rapid Experimentation* (Alan. P. T. Smith, Ed.). Wiley .
- Fahrurroji. (2019). *Wakaf Kontemporer ii* (jamalfoba, Ed.; 1st ed.). BADAN WAKAF INDONESIA.
- Fuadi, N. F. Z. (2018). Wakaf sebagai Instrumen Ekonomi Pembangunan Islam. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 151–177. <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2711>
- Hasanah, N., Sulistya, I., & Irfany, M. I. (2021). Strategi Pengelolaan Wakaf Uang oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI). *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 13(1), 39–58. <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.v13i1.95>
- Ilham. (2019). *Wakaf Uang dan Wakaf Melalui Uang*. <https://muhammadiyah.or.id/apa-perbedaan-antara-wakaf-uang-dan-wakaf-melalui-uang/>
- Indra, S., & Hakim, M. L. (2020). Pemberdayagunaan Imbal Hasil Wakaf Uang Melalui Sukuk: Regulasi, Implementasi, Dan Modelnya Untuk Pemberdayagunaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Indonesia. *Sosio Informa*, 6(3). <https://doi.org/10.33007/inf.v6i3.2459>
- Jamal, M., Arroisi, J., & Puji, N. (n.d.). *Mulyono Jamal * , Jarman Arroisi ** , Nia Puji Agustin *** & Khurun'in Zahro' *****. 3(1), 49–66.
- Kosasih, A. (2018). Pendekatan Grounded Teori (Grounded Theory approach): Sebuah kajian sejarah, teori, prinsip dan strategi metodenya. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Dosen UNINDRA*, 5, 122–132.
- Meranga, I. S. (2019). *Jurakunman* Vol.12, No. 2, Juli 2019 ISSN: 2086-681X. *Jurakunman*, 12(2), 43–55.
- Munawar, W. (2021). Profesionalitas Nazir Wakaf: Studi Manajemen Wakaf Produktif di Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2(1), 17. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v2i1.2731>
- Muthohar. (2020). *Dompêt Dhuafa Peroleh Izin Nadzir Wakaf Uang*. DompêtDhuafa.Org. <https://www.dompêtDhuafa.org/dompêt-dhuafa-peroleh-izin-nadzir-wakaf-uang/>
- Nurjannah, & Abdullah, M. W. (2020). Cash Waqf: Economic Solution during the Covid-19 Pandemic waqf (al-mauquf alaih) who were not limited to religious provisions , there would equal distribution of aid to help slow economic recovery . *Fitrah: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 6(2), 223–242.

- Ozili, P. K., & Arun, T. G. (n.d.). *Spillover of COVID-19: impact on the Global Economy*. <https://ssrn.com/abstract=3562570>
- Pamungkas, M. S. N. (2021). Peran Wakaf sebagai Penggerak Fasilitas Kesehatan Dalam Peradaban Islam dan Penerapannya di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 17–32. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.466>
- Qastharin, A. R. (2018). Business Model Canvas for Social Enterprise. *School of Business and Management*, 1(10), 1–11.
- Rahim, A., Stit, D., Rusyd, I., Grogot, T., & Paser, K. (2019). PERAN WAKAF DALAM PENGEMBANGAN PENDIDIKAN ISLAM. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 13(1). <http://dikdas.kemdiknas.go.id/content/berita/media/mendiknas-aj.html>,
- Rizqi Bhakti Nur Sayuta, E. V. G. L. M. P. (2022). STRATEGI OPTIMALISASI DANA WAKAF: PEMERATAAN DANA WAKAF SELAMA PANDEMI . *Human Falah*, 9, 168–187.
- Rosana, F. C. (2021). *RI Negara Paling Dermawan, Potensi Wakaf Uang Capai Rp 180 T*. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1431292/ri-negara-paling-dermawan-potensi-wakaf-uang-capai-rp-180-t/full&view=ok>
- Setiadi, B., Nurhasanah, N., & Sulistiani, S. L. (2020). Perbandingan Efektivitas Penghimpunan Dana Wakaf melalui Uang Berbasis Online di Global Wakaf dan Dompot Dhuafa. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 108. <https://doi.org/10.29313/syariah.v0i0.21675>
- Sparviero, S. (2019). The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 232–251. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541011>
- Thoyyar, H. (2018). Pengelolaan Wakaf Uang di Indonesia. *Institute Agama Islam Darussalam Ciamis Jawa Barat*.
- Yusali, S. (2019). Model Pengelolaan Wakaf Tunai (Waqf Al Nuqud) Sebagai Sarana Pemberdayaan Ekonomi Umat (Studi Kasus Pada Global Wakaf Act *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–13.

LAMPIRAN

1. Verbatim Wawancara

Narasumber 1

Nama : Bapak Bobby P Manulang

Jabatan : General Manager Fundraising Nazir Wakaf Dompot Dhuafa Pusat

Tanggal Wawancara : 31 Oktober 2022

Waktu : 09:00 – 10:15

Lokasi : Zoom Meeting

A : Untuk banyaknya dana wakaf yang didistribusikan waktu 5 tahun terakhir itu ada di Angka berapa ya pak?

PB : 5 tahun ya saya harus buka data dulu Kalau mau jawaban secara persis tapi 5 tahun terakhir interval penghimpunan dompet dhuafa itu di wakaf ada di Kisaran 21 sampai 39 miliar ya. Jadi kalau misalkan kita mau ambil average 21 + 39 kan pas sekitar 60 miliar ya Jadi kita mungkin bisa diangkat 30 miliar lah setiap tahunnya jadi 150 miliar mungkin bisa dianggap sebagai sebuah asumsi by data gitu ya asumsi by data rata-rata perhimpunan per bulan itu sekitar 150 miliar nah sedangkan distribusinya sendiri Saya pikir di dompet dhuafa itu ada dua Model penghimpunan pertama memang penghimpunan wakaf yang kita lakukan secara upaya ya artinya campaign wakaf yang didahului dengan penentuan objek wakafnya apa Jadi ada semacam underlying projectnya jadi ini lebih kita sebut dengan wakaf melalui uang jadi wakaf melalui uang itu adalah penghimpunan dana wakaf yang diperoleh berdasarkan tema kampanye wakaf tertentu misal ingin memimpin membangun masjid dompet dhuafa ingin membangun rumah sakit gitu kan Ya nah itu sudah ada underlying projectnya sehingga dana-dana yang terhimpun dengan maksud atau tujuan ke akun-akun penerimaan eee penghimpunan ini maka lembaga kami dompet dhuafa tidak

boleh menyalurkan untuk kepentingan-kepentingan yang lain gitu ya Artinya memang sudah baik apa namanya satu Project one Project one account gitu ya jadi Project Rumah Sakit a misalkan itu dibuatin account sendiri nah itu jadi teknis pendistribusiannya adalah seperti itu Nah itu namanya wakaf melalui uang untuk foto-foto Lalu ada juga program wakaf yang hanya menentukan tema payungnya Mas Arfi jadi tema payungnya ini biasanya kita ambil tema besar seumpama tema wakaf sehat untuk semua atau tema wakaf bedah Surau terus kemudian tema wakaf ekonomi produktif nah ketiga tema wakaf ini sebetulnya belum dedicated secara object wakafnya artinya dia hanya menentukan tema-tema wakaf berdasarkan kebutuhan tertentu misalkan ya tadi ya Artinya kita belum menentukan dulu peruntukannya saya untuk semua itu untuk apa apakah untuk membangun bangunan fisik rumah sakit atau fasilitas kesehatan lainnya apakah untuk pembelian alat-alat kesehatan atau dimaksudkan untuk membentuk dana Abadi layanan kesehatan untuk duafa nah ini Pokoknya sehat untuk semua kita jadikan kanal payung aja dulu seperti itu supaya nanti penggunaannya ditentukan berdasarkan skala prioritas pada saat kita ingin menyalurkan yang kedua terus kemudian sehat untuk semua terus kemudian ekonomi produktif ya ekonomi produktif ini sengaja memang kita buka akun ini tapi penggunaannya juga sama belum dedicated untuk apa ekonomi produktif ini bisa dipergunakan untuk banyak misalkan untuk konteks wakaf pertanian ya bisa jadi sumber-sumber dana yang masuk di dalam akun ini nanti digunakan untuk misalkan pembelian lahan pertanian produktif atau yang kedua mungkin malah untuk pembelian sarana produksi pertaniannya bisa

untuk beli traktor misalkan gitu ya bisa untuk beli penggilingan padi gitu kan ya atau yang terakhir bisa untuk modal usaha pertanian misalkan untuk membantu pembelian bibit ya pembelian bibit pemilihan pupuk dan juga biaya-biaya produksi lain yang dibutuhkan ketika masa tanam pertanian nah yang terakhir misalkan bedah Surau ya bedah Surau ini kan biasanya kalau kita bangun Masjid sudah ditentukan tuh Masjid apa Lokasinya ada di mana tapi dengan melalui akun bedah Surau ini kita melihat kita menampung dulu ya dana dari masyarakat tapi penyalurannya lagi-lagi prioritas artinya Surau mana yang akan dibangun lebih dahulu itu belum kita tentukan di awal tapi nanti di ujung pelaksanaan penyaluran dan wakaf tersebut kita akan merepot kepada donatur bahwa putaran pertama penghimpunan sudah disalurkan untuk mushola atau masjid di lokasi-lokasi mana seperti itu kurang lebih seperti itu mas gambaran umumnya mungkin silahkan dilanjutkan dengan pertanyaan

A : Untuk cara distribusi dana wakafnya Pak Apa yang dilakukan oleh Dompet Dhuafa dalam proses pendistribusian dan wakafnya itu?

PB : Pada masa pandemi covid-19 yang perlu digarisbawahi dulu Memang pertama Penyaluran dana wakaf ini kan kita harus lihat dari dua perspektif ya Mas ya pertama penyaluran dalam konteks penyaluran pokok wakafnya tapi juga ada penyaluran surplus wakafnya jadi Mas Arfi harus ngerti dulu secara mendasar tata kelola wakaf dari aspek ini yang pertama kalau penyaluran pokok wakaf itu adalah penyaluran yang mana lembaga nazir itu menyalurkan langsung dari donasi yang diterima ya disalurkan langsung dalam bentuk berbagai hal ya Ada bentuk menjadikan bangunan fisik ada membentuk apa

diberikan untuk alat-alat bergerak yang misalkan Alkes itu kan termasuk alat bergerak ya tapi juga ada penyaluran surplus wakaf Mas Arfi jadi super swakarf ini adalah sejumlah apa namanya sejumlah Katakanlah margin usaha ya dari hasil tata kelola aset wakafnya misalkan dari wakaf rumah sakit dari wakaf ruko yang itu ternyata di dalam pengelolaannya menghasilkan surplus usaha gitu ya Nah itulah kemudian suku susah itu dianggap sebagai situs wakaf yang dialirkan kepada mauquf 'alaih ini ada dua konteks kalau pertanyaan tentang covid maka bisa saya pastikan ini adalah penyaluran dari pokok wakafnya dari apa yang dihimpun oleh dompet dhuafa dalam rangka penanggulangan covid terjadi di dalam pandemi kemarin dompet dhuafa menggulirkan beberapa tema kampanye dalam hal penganggaran vaksin tentu saja karena wakaf ini berorientasi kepada pengadaan aset maka dalam konteks topik kita campaign untuk pengadaan-pengadaan aset yang punya relevansi dengan penanggulangan konflik Kemarin Mas Arfi kita camping wakaf untuk pengadaan Rumah Sakit darurat 1 lalu kemudian kita juga Pimpin wakaf untuk pengadaan Temple dan yang ketiga Kita juga melakukan konten wakaf untuk pengadaan tabung oksigen jadi dari tiga aspek tempeni tersebut itu bisa dikutuk kadar likuiditasnya ya artinya Rumah Sakit darurat kita adakan dalam bentuk apa tenda-tenda besar ya dengan standar BNN BNPB gitu ya digunakan sebagai Rumah Sakit darurat lalu kemudian ini barang dianggap sebagai wakaf harta bergerak ya karena dia punya nilai penyusutan dan seterusnya dan yang terakhir tabung oksigen sama seperti letter dia diperlakukan sebagai harta bergerak seperti itu penyalurannya seperti apa Jadi penyalurannya untuk ketiga hal ini

jadi penyalurannya ditujukan kepada pembelian aset-aset penilaian barang-barang atau natural yang punya nilai aset gitu kan Ya gitu cuma dihubungkan dengan konteks penanggulangan covid Jadi sebetulnya tidak hanya itu dana-dana wakaf lain juga digunakan untuk hal-hal yang sifatnya apa ya dan wakaf dari surplusnya ya digunakan sebagai diberikan sebagai barang-barang yang sifatnya supporting unitnya misalkan barang-barang disebut ya misalkan untuk peralatan laboratorium dan seterusnya itu kita kita input juga nah jadi selain dari tenda kita juga membeli kontainer untuk rumah sakit rumah sakit darurat termasuk berbagai item barang yang memang menjadi penyangga misalkan kayak kontainer sehingga menjadi satu kesatuan sebuah instalasi kesehatan lengkap yang berfungsi sebagai ruang isolasi maupun ruang penanggulangan pasien atau begitu Mas.

A : Kemudian terkait dengan peta penyebaran distribusinya Pak bagaimana peta penyebaran distribusi dana wakaf dompet dhuafa semasa pandemi covid-19 baik secara regional nasional maupun internasional?

PB : Jadi begini dana wakaf tadi yang seperti saya sampaikan dia memang berorientasi kepada pengadaan aset karena wakaf itu memang diarahkan untuk bisa dikonversi ke dalam bentuk barang ya yang memang punya masa pakai berkelanjutan Walaupun ada usia pakainya gitu ya tapi tidak sekali pakai sehingga dana-dana wakaf itu tidak akan menyentuh kepada aspek-aspek misalkan pembagian bantuan tunai Bansos gitu ya dalam bentuk paket-paket tidak akan diarahkan seperti itu sehingga wakaf ditunjukkan kepada pengadaan alat-alat kesehatan yang memang termasuk pengadaan bangunan kesehatan

yang memang berfungsi sebagai bagian dari support terhadap penanggulangan pandemi sehingga yang perlu dicatat pula bahwa pengoperasian Rumah Sakit darurat pengoperasi Rumah Sakit darurat itu tidak boleh terlepas dari adanya Rumah Sakit induk yang tidak jauh dari rumah sakit darurat jadi rumah sakit rumah sakit tenda kami itu dia tidak boleh stand alone tidak boleh berdiri sendiri misalkan jauh dari rumah sakit utama gitu ya misalkan ada RSUD mana itu dibangun rumah sakit tidak boleh karena satu mata rantai pelayanan kesehatan jadi dia tidak boleh berdiri sendiri prosedurnya begitu dari Kementerian Kesehatan sehingga penyaluran dana-dana wakaf pun untuk tujuan Fasilitas Kesehatan covid 19 ini juga tidak boleh terlalu jauh dari rumah sakit rumah sakit umum yang ada di seluruh Indonesia Nah kita memilih untuk membuka layanan covid 19 ini secara terbatas karena kita nggak boleh berdiri sendiri kalau misalnya boleh berdiri sehingga hanya ada dua titik bukan dua titik ya dua wilayah di Jakarta dan juga satu di Lampung yang kita fungsikan untuk pelayanan kesehatan karena kenapa Jakarta dan Lampung di Jakarta kita bekerjasama dengan Rumah Sakit induk dompet dhuafa yang ada di Jabodetabek ya bukan Jakarta ya yang ada di RST ya terus kemudian ada di Jakarta Timur dan beberapa titik yang menginduk kepada rumah sakit umum daerah di wilayah DKI Jakarta Jadi sebetulnya ada beberapa titik tapi secara wilayah ada di Bogor ada di Jakarta kemudian ada satu di Lampung di kecamatan Lampung Timur nah itu sama bagaimana kita beroperasi kita beroperasi Danau apa berperan untuk meng-create ya adanya fasilitas

penunjang dalam bentuk rumah sakit darurat lengkap dengan alat-alat kesehatan dasar yang dibutuhkan untuk penanggulangan gitu mas.

A : Oh ya Baik terima kasih berarti untuk cakupannya ada di Jabodetabek dan di Lampung ya Pak?

PB : ya kemudian maaf satu lagi ada di Riau Oh Riau ya Ada di rumah sakit Lancang Kuning di Riau. Kita juga melakukan support pelayanan kesehatan nah sebetulnya begini mas sebetulnya selain dari basis Rumah Sakit darurat lembaga kesehatan cuma-cuma kita pun termasuk entitas ya entitas Fasilitas Kesehatan tingkat pertama yang juga melakukan respon terhadap profit 19 ini kepada LKC. LKC ini kita juga titip barang-barang yang kita peroleh dari wakaf misalkan kita titip tabung oksigennya kita titip nebulizernya kita titip pokoknya semua alat-alat kesehatan yang kita peroleh berbasis water termasuk unit ambulansnya mas termasuk unit ambulannya itu juga kita titip ke beberapa LKC. Nah kalau LKC ini lebih banyak Lebih banyak artinya ada di Jawa tengah Jawa timur kemudian ada juga sampai ke NTT itu yang berbasis LKC ya artinya dia memang hanya melakukan respon untuk mem pick up ya menjemput pasien covid 19 Bukan merawat nah itu yang saya ucapkan yang saya yang saya sampaikan tadi adalah fasilitas-fasilitas kesehatan dompet dhuafa yang bersedia merawat membuka ruang isolasi untuk pasien covid naik tapi yang kalau sifatnya quick respon untuk sekedar mentransport ya pasien-pasien covid 19 itu kita sudah banyak berbasis layanan LKC kita itu levelnya level klinik Mas gitu

A : Pada intinya yang quick respon itu yang memang ditangani sendiri itu cuma 3 mengingat keterbatasan dari regulasi Kemenkes ya Pak?

PB : Ya betul jadi kan kita kan nggak bisa melain pokoknya kita tahu ada di mana pasien kita pick up kita langsung oper ke rumah sakit yang memang sudah ditunjuk Kemenkes untuk bisa melayani jadi tidak merawat Jadi dua level ya Mas ya kontribusi dompet Nah itu adalah Memang melalui Rumah Sakit darurat ya kita melakukan membuka ruang isolasi tapi yang sifatnya kulit respon itu relatif sudah menyebar di seluruh Indonesia.

1. CUSTOMER SEGMENT

A : Baik terima kasih Pak kemudian masuk ke strategi dengan bisnis model canvas Pak dengan 14 komponennya di komponen yang pertama itu ada customer segment atau customer and benefice yang pertama siapa target penerima wakaf oleh dompet dhuafa pada masa pandemic covid 19?

PB : itu termasuk kejadian luar biasa sehingga kita tidak melihat apa namanya keterikatan langsung Apakah dia masuk atau tidak di dalam 8 golongan asnaf penerima manfaat karena nggak orang kaya nggak Orang Miskin semuanya kena covid 19 sehingga Siapa yang menjadi penerima manfaat dari layanan dompet dhuafa adalah mereka yang terkena dampak covid 19 itu karena di banyak kasus sampai mungkin amilnya dompet duafa sendiri banyak yang tidak tertolong dan meninggal dunia karena kenapa? karena nggak dapat di rumah sakit antrian penuh nah Oleh karena itu di dalam upaya meningkatkan kapasitas bed Rumah Sakit khususnya untuk pasien-pasien Dompot Dhuafa berikhtiar untuk membuka layanan-layanan dalam bentuk rumah sakit darurat nah tadi jadi memang siapa customer beneficiariesnya siapa penerima manfaatnya tidak dibatasi dalam konteks covid 19 kemarin ya. Artinya kita juga tidak tidak tidak

member kan biasanya kan di member kan kalau pasien-pasien reguler siapa yang akan menerima layanan kesehatan dompet dhuafa itu biasanya di memberkan ya dia dilakukan survei dulu apakah dia betul-betul layak dijadikan member alfa-nya ya member mustahiknya tidak begitu Ada yang sakit butuh bantuan kita tolong karena memang semua yang covid 19 tidak diwajibkan membayar kan artinya semuanya di rumah sakit pemerintah juga itu di cover seperti itu Mas Jadi kalau tadi pertanyaannya segmentasi tidak ada segmentasi khusus layanan ya itu tidak melakukan segmentasi semua yang terjangkau yang positif covid kita layani semua gitu Mas ini maksudnya kan penerima manfaatnya kan bukan seperti itu mas

A : Kemudian untuk kriteria penerima manfaatnya berarti yang tadi ya Pak yang disebutkan?

PB : Pokoknya dia terjangkau ya dia pokoknya dia terjangkau covid 19 kita kita layani

A : Kemudian bagaimana klasifikasi penerima manfaat wakaf pada masa pandemic?

PB : Klasifikasi ya pertama kalau layanan kesehatannya kita tidak melakukan klasifikasi atau pengelasan gitu ya semua pasien yang terjangkau covid ya sudah kita layani kita coba support dengan instalasi kesehatan yang kita punya ya yang perlu ambulans langsung kita pick up yang perlu pelayanan tapi semuanya berbasis layanan kesehatan di Rumah Sakit nah tapi untuk masa recovery ya Nah di sini baru ada yang mungkin dimaksud klasifikasi bagi pasien-pasien yang mampu mungkin tidak masuk ke dalam program recoverynya apa program

recovery ya kita dampingi mereka Apakah nutrisinya cukup kita kasih bantuan sosial ya paket-paket bantuan sembako bantuan nutrisi dan seterusnya. Nah untuk yang masuk ke dalam wilayah waktu recovery ini baru kita lihat kriteria berdasarkan delapan asnaf Itu termasuk ya termasuk amil ya termasuk amil yang kalau memang mereka terjangkit ke covid dia kan di rumah kan gitu kan ya dia di rumahkan sehingga dia mendapatkan bantuan nutrisi tapi buat pasien-pasien yang mampu gitu ya yang dia merasa tidak perlu dapat bantuan paket sosial ya itu tidak didampingi artinya di dalam pelayanan kesehatan ya kaitan antisipasi ya kurasi dari kebutuhan pelayanan kesehatan covid pasien-pasien covid tidak ada penkelasan tidak ada klasifikasi tapi begitu masuk kemudian ke Pasca pengobatan ada proses recovery Nah di situ baru Dompot Dhuafa melihat Siapa yang perlu dibantu dengan kriteria 8 asnaf tersebut

A : Kemudian berkaitan dengan dasar penentuannya Pak tadi kan ada juga dari untuk Rumah Sakit darurat untuk pengadaan instalasi kesehatan atau untuk recoverynya itu dasar penentuan besaran wakafnya itu bagaimana ya Pak?

PB : Oh kalau wakaf itu kan tadi saya bilangya Jadi kalau udah kalau wakaf gini wakaf itu kan ditujukan untuk pengadaan infrastruktur layanan kesehatannya rumah sakitnya alat-alat kesehatannya Dan juga mungkin beberapa obat-obatan yang bisa kita gunakan nah cuma tadi kan pelayanan kesehatan itu tidak ada penentuan kriteria Siapa yang harus bisa dirawat di sini karena yang namanya covid itu ya first in first out gitu ya Jadi siapa yang masuk duluan ya kita layani karena-tunda dan kita melakukan seleksi ini pantas di layarnya atau tidak karena itu kan emergency sekali kan ya kalau covid itu

begini dia terinfeksi mau masuk ke sini kita nggak Nggak sibuk-sibuk lagi minta dirujuk ke sana kemari gitu kan Pokoknya dia positif covid dicatat dikoneksikan dengan databasenya Kementerian Kesehatan Maka langsung kita layani artinya karena secara sistem pelayanan kesehatan ketika itu memang sudah ditunjuk beberapa sudah ditunjuk sebagai rumah sakit rujukan pelayanan covid jadi tidak perlu lagi melihat-lihat ini pantas atau tidak dilayani pokoknya semuanya yang terkena covid dilayani guru Jadi siapa yang datang duluan yaitu dilayani. Makanya tadi saya bilang bahkan kadang begitu sudah full kapasitas bednya ada ambil dompet duafa yang sakit masuk rumah sakit dompet sendiri udah nggak bisa karena udah penuh gitu loh maka harus cari-cari rumah sakit yang lain nah sehingga tidak ada pengklasifikasian tidak ada penentuan kriteria di dalam pelayanan terhadap pasien covid 19 kecuali tadi sudah masuk pasar recovery ya orang tinggal lihat gimana nih kalau misalkan recovery orangnya orang mampu apa enggak Kalau dia mampu ya dia bisa beli lah sendiri nutrisi nutrisi yang diperlukan untuk masa pemulihan pasca dirawat di rumah sakit tapi kalau orang itu termasuk orang yang perlu dibantu masuk di dalam 8 golongan asnaf penerima zakat infak sedekah wakaf. Nah makanya Kemudian dilihat disurvei oleh tim asesment dari lembaga kesehatan cuma-cuma nah tapi tadi yang saya bilang untuk bantuan recovery ini tidak bersumber dari dana wakaf Mas Arfi karena ini kan sifatnya untuk hal-hal yang sifatnya habis pakai ya nggak mungkin beli vitamin multivitamin gitu kan dari dana wakaf karena itu udah pasti habis kecuali di belikan berdasarkan dari sumber wakaf misalkan ada anggaran tertentu dari rumah sakit berdasarkan sisa hasil-hasil usaha gitu ya

surplus. Nah itu bisa digunakan untuk hal-hal yang sifatnya habis pakai karena yang alurkan itu bukan lagi pokok wakafnya tapi yang disalurkan adalah sumber dari surplus wakaf begitu Mas.

A : Baik kemudian Apakah segmentasi penerima manfaat dari dompet dhuafa itu hanya di daerah perkotaan saya atau di pedesaan juga Pak?

PB : Secara umum atau bagaimana ini? kalau covid yang tadi Mas Jadi covid itu kita tidak tidak melihat dia berasal dari mana kita memprioritaskan asal daerah masing-masing pasien pokoknya siapa yang datang dia terbukti hasil lab positif covid langsung dirawat gitu ya tapi kita membuka diri ya dari dari manapun karena gini walaupun ada ditemukan misalkan komposisinya banyak dari daerah sekitar Bogor ya karena mungkin Rumah Sakit kita ada di Kabupaten Bogor gitu ya gitu karena kalau masa covid kan kita nggak bisa milih-pilih pasien mas jadi kita juga tidak bisa melakukan mapping untuk menentukan prioritas pasien dari asal mana yang kita akan rawat nggak karena itu malah disempit nanti sama Kementerian Kesehatan karena dianggap tidak melakukan respon sebagaimana mestinya tapi kalau misalkan ini yang datang dari mana kita layani yang mungkin bisa pertanyaan ini lebih cocok di tanya kepada konteks reguler bukan konteks penanggulangan pandeminya karena di pandemi itu semua rumah sakit nggak boleh pilih-pilih pasien yang datang langsung di layani begitu Mas.

A : Kalau untuk secara reguler non covidnya itu lebih cenderung ke perkotaan atau pedesaan Pak?

PB : nah ini baru kalau misalkan yang non covid itu biasanya kita lakukan survei bukan berdasarkan asalnya tapi biasanya ini sekarang ini Mas sebetulnya yang namanya kemiskinan itu ada kemiskinan kota dan juga kemiskinan di desa sehingga sebetulnya apa namanya ya kalau di rumah sakit rumah sakit dompet dhuafa bukan klinik ya kalau klinik kan memang tersebar di berbagai daerah kalau Rumah Sakit Dompet Dhuafa memang kebanyakan itu kaum miskin perkotaan tapi bukan bukan cuma Jakarta miskin perkotaan yang di kota Bogor yang di kota Serang dan seterusnya karena kenapa karena mereka yang relatif bisa mengakses Rumah Sakit kita dengan cara lebih mudah kalau orang-orang desa itu kan untuk biaya transportnya juga tinggi untuk sampai ke rumah sakitnya dompet dhuafa gitu kan seperti itu sehingga mereka relatif terbatas walaupun kita sebetulnya juga ada layanan jemput pasien juga gitu ya tapi kan tidak semua pasien yang bisa kita angkut karena armada kita juga terbatas. Misalkan posisi rumah sakit dompet dhuafa itu ada di Kabupaten Bogor ya kan otomatis kita mungkin hanya bisa sekitar Parung sekitar Ciseeng dan mana gitu Pokoknya radius sampai 10 km atau 15 KM. Nah untuk yang lebih radius lebih dari itu Misalkan sampai 40 meter 50 km ada layanan jemput pasien tapi kan jemput pasien ini juga karena keterbatasan armada itu belum bisa door to door jadi kita tentukan meeting pointnya ada di mana pasien-pasien yang bisa mengakses meeting point itu langsung kita upload ke rumah sakit secara makanya secara terlihat tidak terlalu nah ini soalnya desa dan kota ini juga kan sekarang agak sumir ya artinya begini dulu Parung itu dibidang desa. Tapi sekarang kan sudah maju juga gitu ya makanya saya juga klasifikasi desa dan

kotanya juga ini harus harus kita cermati juga terus Rumah Sakit kita yang di Banten gitu kan ya di Serang ya memang kota Provinsi Banten kan jauh Sampai Ke Lebak, Pandeglang dan seterusnya gitu kan Ya tapi Rumah Sakit kita tetap melayani mereka yang ada di daerah-daerah terpencil dengan cara di pick up tapi juga nggak bisa semuanya sehingga faktualnya memang lebih banyak pasien-pasien yang ada di wilayah perkotaan tapi perkotaan di masing-masing daerah provinsi ya itu artinya karena kita sudah menyebar ya di Pulau Jawa aja Rumah Sakit kita itu kan sudah ada di Parung ya di Bogor sudah ada di wilayah Jakarta juga ada kemudian di Provinsi Banten Provinsi Banten Ini kalau misalkan orang Pandeglang orang Lebak mungkin yang pinggir-pinggir itu yang kotak udah bisa mengakses langsung kecuali yang di desa bangetlah eh memang perlu biaya transport yang lebih tinggi jadi relatif sudah tersebar sih gitu dan klasifikasinya sih sebetulnya enggak berdasarkan wilayah kota pedesaan ya karena bisa jadi orang kota miskin tapi orang desa malah orang kaya gitu kan ada orang kota yang gak punya BPJS malah orang desa malah BPJS semua jadi kita melayani dhuafa dhuafa itu baik yang punya keberanian mustahik dompet dhuafa juga yang kita subsidi layanan bpjs-nya ya iuran bpjs-nya kita bantu maupun juga pasien-pasien secara mandiri gitu mas.

A : Kemudian Bagaimana cara dompet dhuafa menjangkau informasi calon penerima manfaat wakaf pada masa pandemi covid-19?

PB : Oke jadi kalau pada saat covid ya karena kita sudah ditunjuk sebagai provider Rumah Sakit rujukan covid 19 oleh pemerintah kabupaten dan kota Bogor bahkan Jawa Barat ya Provinsi Jawa Barat sehingga kita diberikan akses

bahkan mungkin secara proaktif dinas sosial dan dinas kesehatan memberikan daftar pasien gitu kan ya ini yang harus kita respon dimana kantung-kantung wilayah yang memang masuk ke dalam zona hitam gitu kan ya zona hitam zona merah zona hijau nah jadi itu kita mendapatkan informasi seperti itu persisnya by addressnya ya memang kita tidak mendapatkan semua artinya nanti itu akan disupport dari data-data berdasarkan kepala desa atau kepala lurah yang memang tahu persis kondisi warganya jadi ketika itu nanti kita harus merapuh melakukan respon by name by address biasanya data itu tidak langsung dari kadinkesnya gitu atau kadinsosnya tapi dari pemerintahan-pegang Kelurahan yang sudah diberikan diberitahu diberi informasi bahwa Dompot Dhuafa sudah ditunjuk sebagai rumah sakitnya sudah ditunjuk sebagai salah satu fasilitas kesehatan yang bisa merespon covid-19 ini nah seperti itu selebihnya mungkin banyak juga yang kemudian datang sendiri juga ada yang kita respon dengan unit ambulans kita juga banyak seperti itu. Jadi begitu ada komitmen ini maka kita pesulap semua armada ambulans kita dengan ambulans ambulans yang berstandar layanan covid-19 artinya petugasnya pun dilengkapi dengan APD diusahakan di setiap ambulans sudah ada alat bantu pernafasan gitu kan Ya dan seterusnya supaya kelancaran quick respon ini bisa berjalan selama dari mulai rumah pasien sampai ke rumah sakit seperti itu mas.

2. SOCIAL VALUE PROPOSITION

A : Kemudian terkait dengan social value proposition. Yang pertama apa saja keunggulan layanan dompet itu apa pada masa pandemi covid-19 yang tidak dimiliki oleh kebanyakan lembaga wakaf lainnya?

PB : Sudah jelas ya artinya begini dalam setiap aksi responnya itu selalu menyangkut 3 aspek kita lakukan pertama kita melakukan aspek mid assessment gitu ya jadi apa sih kebutuhan dari si pasien itu satu jadi sebelum kita melakukan layanan selanjutnya Biasanya kita melakukan mapping dulu si pasien yang kita layani ini secara kondisi sosial ekonomi itu ada pada taraf seperti apa nah itu ada sosial meeting di situ ya need assesment apa yang mereka butuhkan hari ini lalu kemudian yang kedua adalah jelas di aspek kuratifnya di aspek dimana memang Dompot Dhuafa secara langsung memberikan layanan kesehatan dengan mem pick up dengan ambulans lalu kemudian di ambulansnya sendiri juga sudah ada penanganan kesehatan atau medis ya medis kedaruratan lalu kemudian sampai di rumah sakit dia masuk ke IGD lalu masuk ke ruang isolasi ada intervensi alat-alat kesehatan alat bantu pernapasan infus dan seterusnya ini kan aspek-aspek kuratif yang memang sudah real penanggulangan kesehatan gitu kan Ya dan yang ketiga adalah di masa recovery masa recovery adalah Bagaimana kemudian kebutuhan pasca dia dirawat di rumah sakit yang masih harus dilanjutkan Nah di situ dompot dhuafa juga melakukan intervensi apakah dia butuh penambahan nutrisi apakah dia butuh penambahan perbaikan gizi dari aspek makanan harian mereka lalu juga Apakah mereka juga membutuhkan obat-obatan penambahan karena mungkin ada penyakit bawaan yang sebelum dia terkena covid 19 jantung ,hipertensi dan seterusnya itu kita cover semuanya Nah jadi value proposition ketiga adalah bagaimana hal-hal non medis ya hal-hal non medis yang layak kita support ke terhadap si pasien dan juga keluarganya Mas Arfi yang ketiga ini tentunya

berdasarkan data dari tahap satu yang kita lakukan tadi kita lakukan ini misalkan ternyata Oh si pasien ini berasal dari kalangan tidak lampu anaknya itu sudah 3 bulan misalkan nunggak SPP misalkan suaminya gitu kan ya atau ayahnya gitu kalau dia seorang anak baru saja mendapatkan PHK karena pabriknya tutup pandemi berkepanjangan nah tentunya ini bisa menjadi pertimbangan-pertimbangan Dompot Dhuafa untuk melakukan advokasi non medisnya gitu kan ya artinya memberikan bantuan perbaikan ekonomi domestik atau ekonomi keluarga mereka misalkan apakah dengan bentuk Ya sudah dikasih biaya studi untuk menebus apa jasa mereka yang sekolahnya gitu kan ya atau mungkin karena pada saat pandemi tidak ada mata pencaharian terhadap mereka bisa jadi ada bantuan modal usaha barangkali istri si pasien gitu kan ya mau berusaha untuk usaha rumahan gitu ya buka-buka warung sarapan misalkan gitu ya Atau dia mau jual frozen food itu bisa mendapatkan bantuan permodalan dari dompet dhuafa bantuan permodalan ini bisa dari zakat bisa dari infaq bisa dari wakaf juga gitu kan ya karena sifatnya kan tidak habis pakai atau kalau yang sifatnya habis pakai bantuan cuma sekedar lewat untuk modal satu kali itu bisa dari dana infaq atau zakat Jadi itulah membedakan Dompot Dhuafa dari yang lainnya kalau kebanyakan lembaga bukan dalam berarti merendahkan ya itu kan kebanyakan mereka cuma support dalam hal responnya saja mereka punya ambulans bantu pick up ke rumah sakit selesai bantu pick up bawa ke klinik selesai gitu nah tapi kalau udah apa selain dia mem pick up gitu kan Ya dia juga sudah punya rumah sakit kita langsung rawat di rumah sakit kita tapi Setelah itu kita juga masih ada bantuan recovery manakala memang ada pasien-

pasien kita temukan kondisi sosial ekonominya memang betul sangat-sangat perlu dibantu. Nah itulah jadi terintegrasi sebetulnya layanan Dompot Dhuafa dan yang kemarin juga kita punya unit darling namanya darling itu adalah dapur keliling jadi satu mobil unit besar yang di dalamnya itu sudah ada kitchen nya sudah ada dapur yang bisa memproduksi makanan siap saji gitu ya bukan junk food tapi siap saji yang itu kita distribusikan ke beberapa daerah yang memang dinyatakan sebagai daerah merah zona merah zona hitam relatif kebutuhan makan siangnya atau kebutuhan makan sorenya kita supply itu daerah itu.

Misalkan ada beberapa RT ya Anda dua RT yang lagi status hitam gitu atau merah itu kita datang ke sana kita supply dalam bentuk makanan sudah dalam kemasan siap saji jadi relative lebih comprehensive lah gitu jadi memiliki basis Fasilitas Kesehatan permanennya gitu loh jadi kita Insya Allah nggak tergap-gagap artinya kan Kadang juga banyak kita temui ya pick up tapi ternyata belum jelas rujukan rumah sakitnya kemana gitu kan ya karena kan rumah sakit juga nggak semuanya kosong tapi Dompot Dhuafa kan memang sudah punya jaringan rumah sakitnya sendiri sehingga tahu mana rumah sakit rumah sakit yang pada posisi available bed nya untuk bisa menerima pasien baru gitu Mas.

A : Kemudian untuk yang kedua seberapa luaskan jangkauan distribusi dana wakaf yang dilakukan oleh dompet wafat pada masa covid 19?

PB : Manfaat dana wakaf yaitu jadi Sudah tersebar hampir ke seluruh Indonesia ya kalau misalkan khusus covid 19 yang tadi yang di jaringan Rumah Sakit dompet dhuafa dan jaringan klinik ya jaringan Rumah Sakit dompet dhuafa distribusi dana wakaf itu diperuntukkan untuk memperkuat layanan kesehatan

dengan bantuan alat-alat Kesehatan baik ventilator kemudian tabung oksigen gitu kan ya dan alat-alat kesehatan penunjang lainnya itu tersebar di 7 rumah sakit dompet dhuafa baik itu yang ada di Riau baik itu yang ada di Jakarta ya baik itu yang ada di Banten maupun Oh ya di Jombang pun di Jawa Timur juga ada karena waktu itu walaupun rumah sakitnya belum beroperasi bangunan rumah sakit ini udah ada tapi belum ada izin untuk operasinya kita sudah menggelar operasi layanan kesehatan juga cuma-cuma di rumah sakit tersebut jadi tersebar Kalau tersebar sudah mulai dari pulau Jawa dan Sumatera satu titik di wilayah Sulawesi di LKC apa Sulawesi Selatan Makassar gitu ya dan di NTB

A : Kemudian yang ketiga Apakah hanya kepada perorangan saja atau juga kepada lembaga atau perusahaan tertentu?

PB : Dua-duanya. Kita juga selain perorangan ada segmen juga korporasi yang kita juga minta partisipasi wakafnya karena rumah sakit rumah sakit dompet dhuafa juga kebanyakan bersumber dari kontribusi korporasi karena teknis memasarkan wakaf kita untuk rumah sakit dengan cara melelang ya melelang unit-unit bangunan yang kita butuhkan kita cantumkan di dalam proposal dan nilai dari setiap unit bangunan itu kita tawarkan kepada korporasi yang notabene punya anggaran relatif lebih besar ketimbang kemampuan donatur kita secara ritel misalkan satu unit ruang rawat inap kita hargai berapa ratus juta kita tawarkan kepada korporasi ada satu instalasi alat medis misalkan instalasi radiologi ya alat-alat rontgen itu kan cukup mahal kita tawarkan kepada perusahaan. mesin-mesin pencuci darah atau mesin hemodialisis itu juga kita package ya kita pakaikan penawaran kepada mitra-mitra perusahaan gitu Mas

A : Kemudian Apa saja program unggulan yang dimiliki Dompot Dhuafa untuk mendistribusikan dana wakaf pada masa pandemic?

PB : Programnya ya programnya itu mas programnya ya program layanan kesehatan pasien covid 19 jadi ada aspek jadi pelayan kesehatan itu ada aspek promotif ada aspek preventif ada aspek kuratif gitu ya jadi ya kalau promotif itu kita secara langsung melakukan campaign cara hidup sehat cara menghindari covid gitu ya kita lakukan sosialisasi preventif adalah kita melakukan kegiatan-kegiatan pencegahan dengan cara memberikan atau langsung memberikan alat-alat kesehatan misalkan dispenser untuk mencuci tangan sanitizer dan seterusnya agar masyarakat bisa terhindar dari peluang terinfeksi covid 19. yang ketiga Ya kuratif, kuratif itu ya tindakan pelayanan jadi kalau memang sudah didapati masyarakat yang terjangkit maka operasi kuratif kita ya sudah langsung mensasar penerima manfaat yang membutuhkan bantuan kesehatan itu mas lebih dari itu ya memang Kita juga melakukan program recovery sosial terhadap masyarakat yang terdampak atas pandemi ini artinya efek pandemi ini kan multiplayer ya Tidak cuma sekedar efek kesehatan saja tapi juga sosial ekonomi dan di aspek sosial ekonomi ini juga kita melakukan pemberdayaan pemberdayaan advokasi apa yang perlu dibantu termasuk di bidang pendidikan kita juga memberikan bantuan pulsa dan alat komunikasi untuk anak-anak yang harus merubah metode belajarnya menjadi metode apa online gitu ya daring gitu ya seperti itu

A : Kemudian apakah faktor-faktor yang menjadikan para pewakif tertarik untuk mendistribusikan dana wakafnya melalui dompet dhuafa

PB : Itu pertama jelas masalah programnya keunikan program diferensiasi program gitu ya Artinya ketika program yang kita tawarkan itu menurut para wakif betul-betul menjadi kebutuhan masyarakat secara umum biasanya mereka tertarik tapi ada catatan di sini memang publik kita itu ya masyarakat sebagian besar donatur itu memang lebih appreciate dengan tema-tema wakaf yang 3M ya masjid Madrasah dan juga makam itu artinya untuk hal-hal yang sifatnya produktif itu mereka masih belum terlalu antusias nah Rumah Sakit merupakan sebuah objek wakaf yang memiliki manfaat dua sisi mata uang artinya Rumah Sakit bisa dikembangkan sebagai aktivitas layanan kemanusiaan tapi dari rumah sakit juga itu kita bisa berpeluang untuk menciptakan tata kelola yang berkelanjutan maksudnya pelayanan rumah sakit ini bisa menghasilkan revenue ya income income yang bisa kita gunakan sebagai biaya untuk layanan penerima manfaat baru jadi. Misalkan begini hari ini Rumah Sakit dompet dhuafa misalkan tahun ini melayani 1000 pasien dhuafa dengan pelayanan Pasien itu maka kita berpeluang untuk bisa mendapatkan klaim BPJS yang nilainya mungkin bisa jadi 1000 setara dengan 1.200 pasien. Nah artinya yang 1000 pasien tetap kita lanjutkan layanannya yang 200 ini ya penghasilan atau apa namanya pendapatan dari yang setara dengan nilai 200 pasien ini kita gunakan untuk penerima manfaat baru sebanyak 200 orang. Misalkan begini, claim BPJS tahun ini misalkan 1 miliar kita bagikan ternyata klaim BPJS itu kan biasanya ada marginnya ya Ada ada lebihnya jadi misalkan cair 1 milyar 200 juta Nah Oleh karena itu yang 1 milyar tetap kita alokasikan untuk pelayanan mustahik yang lama yang 200 juta ini kita gunakan untuk

penambahan layanan apa yang baru sebesar 200 orang misalkan. Jadi ada peluang berkelanjutan dari pengelolaan rumah sakit rumah sakit berbasis wakaf. Lalu kemudian yang kedua adalah biasanya wakif itu tertarik dengan aspek urgensinya jadi kalau kita mengcampaign waqaf terkait dengan tema-tema yang memang krusial gitu ya yang urgent untuk bisa dilakukan seperti pandemi kemarin biasanya masyarakat lebih tertarik seperti itu nah tema-tema yang Evergreen ya yang biasanya sih selalu mendapatkan perhatian cukup layak yaitu tema-tema wakaf yang memang ditujukan untuk perbaikan pertama rumah ibadah ya Ini karena terkait langsung dengan kenyamanan orang untuk melakukan ibadah. Yang kedua aspek kebutuhan dasar seperti misalkan sumur ya untuk air bersih ini juga bisa yang menjadi tema Evergreen wakaf yang selama ini menjadi minat para donator. Yang ketiga layanan kesehatan di daerah terpencil Jadi kalau misalkan kita campaign untuk bangun Klinik di daerah perbatasan Indonesia di Kalimantan gitu ya lalu kemudian di Papua itu biasanya lebih menarik perhatian karena apa namanya terbayanglah bahwa karena saudara-saudara kita di sana itu agak sulit menjangkau sarana kesehatan yang Baiklah seperti itu apalagi mereka harus membayar dan seterusnya sehingga kehadiran aset-aset wakaf yang notabene menjadi bagian dari pemecah persoalan krusial yang ada di masyarakat itu masih jauh lebih menarik gitu Mas.

A : kemudian apakah masyarakat dapat mengajukan permohonan menjadi penerima manfaat wakaf atau dompet dhuafa hanya mendistribusikan dan wafatnya berdasarkan data yang dimiliki Pak?

PB : Boleh jadi kita punya lembaga yang namanya LPM lembaga pelayanan masyarakat inilah menjadi pintu masuk kememberan Dompot Dhuafa jadi dari LPM ini nanti si calon penerima manfaat calon mustahik itu menyampaikan kebutuhannya kemudian di data oleh LPM lalu kemudian di mapping sesuai dengan sebaran dan variasi program yang dikelola oleh Dompot Dhuafa nah manakala kemudian ada program-program yang terkait langsung dengan wakaf Dompot Dhuafa ya bisa jadi ini langsung di refer ya langsung direkomendasikan untuk bisa mendapatkan bantuan dari wakaf tapi jangan salah mengerti jadi wakaf itu bukan bagi-bagi uang gitu kan Ya wakaf itu kan orientasinya adalah pembentukan sosial aset jadi dana yang dihimpun itu dijadikan social aset yang berfungsi untuk memberikan layanan kepada masyarakat Apa itu social asetnya kalau dia dalam bentuk rumah ibadah ya dia akan memberikan tempat yang nyaman untuk masyarakat beribadah kalau dia dalam bentuk Fasilitas Kesehatan klinik atau Rumah Sakit ya ini akan memberikan manfaat dalam layanan kesehatan kalau dia dalam bentuk sekolah maka dia akan memberikan layanan kesehatan apa sekolah yang murah gratis gitu atau bahkan mungkin cuma-cuma gitu kan lalu kemudian ada juga bantuan dalam bentuk modal usaha nah tapi kalau wakaf prinsipnya kan dia tidak boleh habis pokoknya. Jadi wakaf yang dihimpun itu tidak boleh habis nilai pokoknya sehingga kalau ada dana wakaf yang digunakan untuk modal usaha maka si penerima manfaat harus menyadari paham betul bahwa dana yang dia terima itu harus dikembalikan gitu ya sementara surplus yang dia peroleh dari hasil usaha itu sudah hak dia. Artinya memang ada sebuah challenging di mana Kalau orang

ingin mengakses dana-dana modal usaha berbasis wakaf maka dia harus mampu mengembalikan itu di dalam tenor yang disepakati ya seperti itu Nah karena kenapa karena memang wakif itu harus mempertahankan pokok wakafnya kalau dia landing dana misalkan 2 juta untuk modal usaha warung gitu ya maka modal usaha 2 juta itu harus disepakati dengan penerima manfaatnya mauquf alaihnya dia bisa mengembalikan Berapa lama setahun 2 tahun Oke kemudian ada ikrar wakafnya ada ikrar apa kerjasama penyalurannya dia harus memenuhi dalam konteks seperti itu karena kenapa karena si Nazir harus mempertahankan pokok-pokoknya Nah kalau misalkan itu sudah bisa dikembalikan maka Nazir kembali akan memutarakan kepada penerima manfaat baru jadi supaya makin banyak orang yang dapat manfaatnya karena itu sejauh ini memang sangat dipenuhi dengan unsur-unsur kehati-hatian Domper Dhuafa tatkala ingin menurunkan dana wakaf itu untuk modal usaha tapi kalau untuk membangun sosial aset tadi yang saya sampaikan ini memang relatif lebih lumrah saat ini jalannya

3. CHANNEL

A : Kemudian terkait dengan channel atau jaringan yang dimiliki oleh yang Dompet Dhuafa, Bagaimanakah proses distribusi dana wakaf pada Dompet Dhuafa selama pandemic? secara langsung mas iya mungkin tidak biasanya kan misalkan dalam penyerahannya itu penyerahan rumah sakit gitu secara secara langsung dengan dikumpulkan banyak orang mengingat pandemi mungkin dilakukan secara daring atau bagaimana gitu Pak?

PB : Pengumpulan Rumah Sakit maksudnya?

A : Misalkan dalam pendistribusian dan wakafnya dalam hal ini kita

Katakanlah rumah sakit atau kalau kesehatan seperti apa dari dompet dhuafa ke penerima manfaat kepada penerima manfaat kesehatannya ini seperti tabung oksigen Pak mungkin kan biasanya kalau penyerahannya itu langsung dilakukan secara langsung gitu misalkan diantarkan ke rumah sakitnya Apakah ini secara langsung juga seperti itu dari pihak dompet telepon langsung mengantarkan atau mungkin ada metode lain misalkan tabung oksigen itu dikirim misalnya hanya melalui kurir saja yang dimiliki oleh dompet itu sendiri kemudian secara penyerahannya itu dilakukan secara daring atau bagaimana?

PB : Ya kalau itu sih tetap lewat kurir karena kan itu kan sudah kerja sama dengan vendor pengadaannya ya jadi kita tinggal melakukan ceklis dan stop opname ketika barang itu mau diberangkatkan dan ketika barang itu diterima jadi sesimpel itu aja sih sebetulnya memang kan ini mah tidak karena covid pun metode kita juga seperti itu jadi bukan karena ini karena kita nggak punya Armada juga karena tabung oksigen kalau jumlahnya ratusan kan itu harus alat berat kan yang bawa gitu kan jadi kita nggak punya Armada seperti itu jadi itu mah udah kerja sama antar vendor vendor pengadaan Alkes kayak vendor pengadaan tabung oksigen itu sudah kita kerjasama jadi tidak langsung memang gitu bukan karena covidnya juga ya kebetulan karena covid juga mungkin seperti itu karena secara reguler pun teknis pendistribusiannya juga seperti itu jadi langsung bukan langsung apa namanya dia dikirim oleh vendor pengadaan yang jadi Mitra kita

A : Oke mungkin itu kan dalam bentuk barang gitu Pak atau misalkan dalam case lain itu dalam bentuk sumur misalkan sumur Biasanya kan kalau penyerahannya itu nanti akan diadakan satu acara besar yang dikumpulkan banyak orang gitu Pak kemudian penyerahan secara resmi dari Dompot Dhuafa kepada misalkan kepala Desa terkait sumur ini apakah dengan masa pandemi ini dalam penyerahan yang seperti itu tetap dilakukan atau mungkin hanya barangnya dibangun kemudian melalui virtual terkait penyerahannya itu Pak?

PB : Kita tidak ada seremonial selama masa pandemi 2 3 tahun kemarin ya jadi semua hanya kita lakukan survei yang tidak melibatkan orang banyak Paling dua orang yang turun melihat lokasi saja lalu kemudian melakukan cek kondisi lahan gitu ya untuk menentukan tingkat kedalaman sumur bornya lalu kemudian Bagaimana instalasi jaringan distribusi air bersihnya itu cukup orang sedikit dan selama pandemi kalau memang pekerjaan sudah selesai dan harus diresmikan kita lakukan secara daring kita secara online gitu kecuali kemarin tuh baru kita kita lakukan secara pertemuan tatap muka karena memang sudah selesai apa ppknya ya

A : Apakah dompet dhuafa membuka tempat khusus secara offline counter mungkin maupun online untuk memproses dana wakafnya?

PB : memproses itu dalam pengertian apa tuh?

A : Dalam artian pendistribusian dan juga penghimpunannya

PB : Kalau penghimpunan ya kita kan buka konter ya buka counter banyak juga ada di beberapa Mall gitu ya terus kemudian di kantor-kantor perwakilan dan kita juga sudah buka secara transaksi digital juga kita sudah ada juga Mulai dari

m-banking dan seterusnya tidak secara khusus gitu membuka selama covid Nah itu nggak juga Tapi selama covid 19 kita relatif membatasi tidak buka counter memang jadi semuanya metode lewat transfer digital semua seperti itu

A : Kemudian bagaimana strategi online yang dilakukan Dompot Dhuafa dalam mengelola dana wakaf pada masa pandemic?

PB : Ya kita mengoptimalkan semua kanal digital Yang dompet duaafa memiliki dan juga kita melakukan kerjasama e commerce ya pengelola pengelola utama digital platform kita ajak kerjasama semua baik itu dari aspek penumbuhan awereness kepedulian masyarakat melalui campaign wakaf kita terkait covid dan juga Membuka kanal-kanal penghimpunan melalui e commerce dan juga digital platform termasuk kita melakukan kerjasama digital fundraising bersama perbankan syariah yang membuka layanan digital bankingnya seperti itu.

A : Kemudian untuk strategi secara offline ya Pak bagaimana cara dompet dhuafa agar masyarakat bisa banyak mengetahui tentang lembaga wakaf?

PB : Secara offline dilakukan setelah pandemi usai tentunya ya kita melakukan berbagai macam bentuk kegiatan kita masuk kepada komunitas-komunitas Majelis Taklim komunitas-komunitas hobi ya komunitas-komunitas profesional gitu ya untuk melakukan gathering tatap muka dan kita melakukan sosialisasi tentang pengembangan wakaf yang hari ini dilakukan oleh Dompot Dhuafa nah beberapa bulan beberapa kali di bulan Oktober ini kita melakukan pertemuan bersama para Key opinion leader dan influencer gitu ya Secara tatap muka dan juga Kemarin saya juga mendampingi secara langsung untuk melakukan media fisik dan media touring khusus terkait membahas project-project wakafnya

dompet dhuafa supaya melalui para kor melalui para influencer dan juga pelaku media jurnalis gitu ya melihat secara langsung sebetulnya Seperti apa dompet dhuafa melihat pengelolaan aset apa wakafnya Jadi kita ajak ke rumah sakit kita ajak ke lokasi sumur kita ajak ke lokasi masjid-masjid pedalaman yang kita sudah bangun gitu ya beberapa tim jurnalis media terkemuka di Indonesia untuk melihat secara langsung di daerah Pacitan di daerah Ponorogo di daerah Jombang ada tiga objek wakaf yang kita coba bangun dan kita kasih unjuk ke mereka bagaimana keseriusan Dompet Dhuafa di dalam mewujudkan aset-aset wakaf di masyarakat pedalaman gitu ya dan mereka luar biasa cukup efisien karena dompet dhuafa mampu menjangkau daerah-daerah seterpencil itu ya Dan mereka nggak pernah tahu kalau ada daerah juga di Indonesia yang masih seperti itu Nah ini salah satu bentuk untuk menghadirkan secara off air Bagaimana dompet dhuafa melakukan pengolahan aset wakafnya karena prinsip kita seeing is believing jadi kalau orang tidak melihat secara langsung biasanya tidak percaya sehingga kita ajak mereka untuk melihat secara langsung dan diharapkan dari kanal-kanal mereka lah gitu nanti akan terselenggarakan Bagaimana dompet itu apa mengelola aset wakaf hingga hari ini

4. CUSTOMER RELATIONSHIP

A : Kemudian untuk selanjutnya terkait dengan customer atau customer relationship. Yang pertama Bagaimana cara dompet dhuafa menjaga hubungan dengan para penerima manfaat wakaf pada masa pandemi covid-19?

PB : Ya kita tetap biasanya kepada penerima manfaat Biasanya kita tidak ada aktivitas secara langsung ya karena dia bermanfaat itu akan di apa istilah akan

dimaintain dengan para dengan organ-organ yang memang secara langsung melakukan komunikasi dalam bentuk pemberian laporan secara rutin justru kita lakukan kepada para wakifnya kepada para donornya gitu kan karena ini menjadi bagian dari transparansi kita untuk bisa menyampaikan secara eksplisit gitu ya apa yang sudah kita lakukan dari dana-dana yang mereka sudah amanahkan ke dompet dhuafa kalau kepada para penerima manfaat kita tidak melakukan upaya secara khusus karena itu kan mereka sudah lewat organ masing-masing ya artinya dari kami sebagai tim wakaf di pusat itu tidak melakukan apa namanya ya komunikasi secara langsung karena biasanya kan mereka kan memang sudah rutin secara inisiatif melakukan komunikasi dengan organ penyalurnya misalkan kalau wakaf untuk kesehatan ya biasanya dia usaha komunikasi dengan rumah sakitnya kalau misalkan untuk pendidikan yang mereka sudah berkomunikasi dengan organ penyelenggara pendidikan di Dompot Dhuafa.

A : Baiklah kemudian bagaimana upaya dompet dhuafa dalam menjaga kepercayaan para pewaqif pada masa pandemi covid 19 sehingga mampu memberikan rekomendasi kepada khalayak?

PB : Ya itu tadi kita melakukan laporan secara rutin pada mereka baik secara online kita ada blasting ya blasting lewat email lalu kemudian blasting lewat kita publish juga laporan kita di website kita dan juga kita ada desain 6 bulanan ada yang namanya public Expose di situ jadi kita mengundang publik untuk hadir di acara public Expose baik secara tatap muka maupun secara online dan disitu dipaparkan capaian-capaian Dompot Dhuafa termasuk wakaf selama 6

bulan pertama dan juga 6 bulan terakhir itulah kemudian cara kita untuk menampilkan apa-apa yang sudah dicapai oleh Dompot Dhuafa termasuk juga rilis laporan keuangan terus implementasi program dan seterusnya gitu Mas

A : Baik Pak, kemudian apakah upaya dalam melakukan pengawasan terhadap hasil wakaf dan para penerima manfaat wakaf pada masa pandemi covid-19?

PB : Tentunya ada report dan Monitoring evaluasi ya bahkan kalau saat pandemi kita ada rapat mingguan ya setiap bulan kita coba juga ukur efektivitas penanggulangan kita lihat cek seberapa tinggi utilitas dari penggunaan alat-alat kesehatan juga alat kesehatan kita termasuk pengoperasian rumah sakit daruratnya jadi secara rutin kita selalu melakukan evaluasi hasil rapat evaluasi kita tuangkan dalam bentuk tulisan dan kita distribusikan kepada para stakeholder yang membutuhkan

A : Kemudian apakah Dompot Dhuafa memiliki data paran pewakif dan calon penerima manfaat wakaf?

PB : Pasti ada dong kan tadi Saya sudah sampaikan di LPM itu ada database berdasarkan hasil survei mana kantung-kantung kemiskinan di wilayah-wilayah Indonesia dan itu dijadikan masukan kita untuk sasaran pendistribusian Walaupun mungkin di dalam realisasinya juga akan berdasarkan skala prioritas mana dulu yang harus didahulukan jadi kalau data ada Insya Allah sudah pasti tersedia baik di LPM maupun data-data di cabang-cabang kantor-kantor cabang kita

A : Kemudian apakah data calon para pewakif dan penerima manfaat itu selalu diperbaharui?

PB : selalu selalu diperbaharui jadi kita ada program M2M from mustahik to muzakki jadi kita selalu lihat apakah ada perkembangan dari yang tadinya mustahik penerima bantuan tapi sekarang dia sudah berdaya dengan program kita maka dia harus segera dialih status dan menjadi Muzakki atau mungkin karena pandemi bisa jadi juga sebaliknya orang yang tadinya mustahik orang yang tadinya muzakki malah bisa jadi mustahik karena dia kehilangan pekerjaan dan seterusnya

A : Baik Pak kemudian apakah dompet duafa memiliki customer service

PB : Punya ada

A : Dan berapa lama waktu yang dibutuhkan guna mendapatkan respon dari customer service yang dimiliki Dompot Dhuafa?

PB : Itu teknis banget ya itu harus ditanya ke GM remote Saya tidak tahu secara persis nih kalau pertanyaan teknis yang begini Jadi ditanya ke divisi remonya aja langsung ya

A : Kemudian adakah reward untuk menjaga hubungan baik dengan para pewakif?

PB : Reward tidak ada yang tidak ada yang ini ya artinya reward itu dalam bentuk perhatian saja Artinya kita kasih ucapan terima kasih ucapan ulang tahun gitu ya karena punya databasenya seperti itu dan juga reward dalam bentuk kita selalu ada namanya care visit. Care visit itu jadi sengaja kita shortlist ya beberapa data donatur terus kita kunjungi silaturahmi ya sekedar di kunjungan silaturahmi itu biasanya kita bawa satu paramedis untuk manakala butuh cek kesehatan cek itu kita layani nah biasanya dengan cara seperti itu

A : Kemudian bagaimana dasar penentuan hadiah tersebut atau reward tersebut?

PB : Tidak ada hadiah ya tidak ada maksudnya database donatur bisa kita lihat di situ usianya kalau usia yang sepuh atau kemudian dia baru mendapatkan apa Istilahnya ya secara umum sih kita ada hampers namanya ya hampers itu biasanya parcel kecil tapi isinya bukan barang-barang hadiah yang kita beli tapi barang hasil para mitra-mitra dhuafa kita yang punya kerajinan yang punya hasil apa namanya produksinya gitu ya itu kita masukkan di dalam kemasan bucket kecil kita kirimkan tuh ke para donatur kita gitu walaupun nggak semuanya ya karena kan siapa donatur yang paling aktif aja gitu

A : Kemudian dari manakah sumber dana yang digunakan Dompot Dhuafa untuk memberikan hal tersebut dari yang dikatakan reward?

PB : Maksudnya Dompot Dhuafa dibenarkan secara Syariah untuk mendapatkan 12,5% ya dari total penyimpanan itu dana-dana seperti itu termasuk dana operasional keamilan termasuk penyelenggaraan kenaziran wakaf nah sumber dari dana itulah yang digunakan artinya semua aktivitas penyelenggaraan keamilan dan kenaziran kita itu ada di 12 setengah persen itu bahkan tidak mencapai sih sebetulnya cuma hanya sekitar 10% saja tapi porsi maksimalnya ada disekitar itu jadi total itu yang kita langsung kita gunakan untuk penyelenggaraan keamilan kita

5. REVENUE STREAM

A : Kemudian terkait dengan revenue stream atau income nya pak yang pertama dari mana saja sumber pendapatan Dompot Dhuafa pada masa pandemic covid 19?

PB : Sumber apa itu maksudnya mas?

A : Sumber dananya pak

PB : sumber dana ya dari donasi masyarakat Mas gitu

A : Berarti seperti yang dikatakan yang dari masyarakat secara individual atau secara company masih berlanjut juga ya Pak?

PB : Iya

A : kemudian Apakah dana tersebut langsung didistribusikan untuk wakaf seluruhnya atau bagaimana?

PB : Iya distribusikan. Pokoknya kan sudah muqayyadah semua. Dibelian alkes, dibangun rumah sakit.

A : Iya Baik Pak kemudian Apakah dompet dhuafa menetapkan sendiri besaran dana yang akan diwakafkan atau bagaimana menetapkan sendiri pidana yang akan diwakafkan?

PB : Maksudnya gimana Mas?

A : Misalkan masyarakat memberikan wakafnya melalui dompet dhuafa secara tunai Apakah melalui uang pak itu kan akan dilakukan porsi-porsi ditentukan porsi-porsi sendiri apakah untuk dana operasional kemudian untuk didistribusikan ke wakafnya dan lain sebagainya kan itu kan ada bagian-bagiannya lagi Pak apakah itu langsung dompet itu apanya yang menentukan atau memang ada regulasi yang ditentukan oleh dewan pengawas Syariah?

PB : Saya kurang ngerti nih konteks pertanyaannya nih porsi-porsi menentukan porsi-porsi maksudnya apa mas?

A : Misalnya dalam operasional itu kan pasti nanti ada yang untuk dana distribusi 2 untuk dana wakafnya?

PB : Iya semuanya mengacu kesitu pokoknya seluruh Dana Wakaf itu ya kecuali kebutuhan distribusi yang memang sudah dibenarkan dewan Syariah 5% gitu ya itu harus tersalurkan semua gitu kan

A : Kemudian berapa besaran dana wakaf sebelum dan sesudah dipotong untuk Nazir wakaf pak?

PB : Maksudnya gimana Mas?

A : Dari besaran dana wakaf sebelum dan sesudah dipotong Nazar wakaf dalam artian misalkan terhimpun 100% kemudian dipotong untuk keperluan nazir wakafnya itu berapa persen gitu pak?

PB : Jadi gini Mas ini saya tahu karena ngarahnya ke isu sensitif act. Jadi di dompet dhuafa itu tidak ada potongan wakaf walaupun ada biaya administrasi apa biaya distribusi dan seterusnya itu kita biasanya digunakan secara sementara artinya begini kalau dia masuk wakaf muqayyadah itu secara Syariah memang dibenarkan ada biaya operasional maksimum 5% tapi kalau misalkan kemudian ada dana-dana surplus wakaf itu karena wakaf ini ini juga peneliti harus tahu dulu konteksnya jangan sampai nanti Miss leading gitu ya Anda tahu nggak prinsip pengelolaan zakat dengan wakaf? itu yang harus dipahami dulu ya jangan sampai nanti pengeluaran wakaf itu disamakan dengan zakat ini yang harus-harus di itu kan jadi jangan hantam fomo karena act lagi hits lalu masuk ke topik ini tanpa mengetahui esensi pengelolaannya di dalam zakat itu mindsetnya adalah penyaluran jadi sejumlah uang zakat yang didistribusikan itu

harus disalurkan secara penuh kecuali 12,5% maksimum yang dibenarkan gitu kan Ya itu kemudian siapa walaupun manfaatnya 8 asnaf mauquf alaih nah sehingga ketika dana ini sudah tersalurkan ke delapan asnaf sebetulnya sudah tidak ada isu nah di wakaf itu dana yang dihimpun harus dikelola dulu ya harus dikelola dulu baru kemudian disalurkan Oleh karena itu konteks pengelolaan inilah yang banyak orang nggak tahu gitu ya Orang cuma mau melihat memang dari dana wakaf yang dikumpulin berapa yang disalurkan Nah itu kan pola pikirnya kan pola pikir zakat dia tidak melihat aspek pengelolaannya pertanyaan anda tadi kelihatannya seperti itu jadi dari sekian dana yang kinipun berapa yang diambil Nazir Nah itu kan berarti kan cuma mau melihat Berapa dana yang dihimpun hak Nazir berapa kemudian sisanya disalurkan nggak begitu makanya tadi bolak-balik anda mengulangi pertanyaan yang saya pikir saya ini mencerminkan Anda belum terlalu paham betul soal Wakaf karena berkali-kali ditanyakan berapa nilai yang diberikan langsung kepada mauquf alaih gitu kan tidak ada pemberian uang kepada Mauquf alaih berbasis wakaf kecuali modal usaha yang terlebih dahulu dijadikan Endowment fund jadi begitu nah Oleh karena itu kalau pertanyaan porsi Nazir berapa itu bukan porsi nasirnya tapi kebutuhan operasional Andaikata misalkan Anda menghimpun dana wakaf untuk masjid ya dana untuk masjid terkumpul dana lalu kemudian begitu kita mau melakukan survei Siapa yang membutuhkan itu kan butuh dana operasional ya ada tiket bis tiket kereta uang makan dan seterusnya itu kan butuh operasional menurut anda itu hak Nazir atau operasional? itu kan operasional bukan hak Nazir. Kalau hak nazir itu adalah imbalan yang memang

diterima untuk Nazir sehingga sebetulnya hari ini begitu ada kasus-kasus seperti itu kalau pertanyaannya hak nazirnya berapa Saya tidak setuju karena di dalam konteks wakaf muqayyadah itu nggak ada hak Nazir tapi over Operasional operasional itulah yang tadi saya bilang maksimum 5% ya dari dana wakaf yang di berikan itupun Harus dideclare kepada donatur bahwa ini akan diperlakukan sebagai infak operasional karena nggak mungkin kita bisa melakukan survei tanpa kita lihat secara langsung kan Nah supaya ini jangan sampai tergiring kepada hal-hal yang Miss Leading salah kesimpulan gitu artinya kalau wakaf itu seperti itu Nah itu untuk kasus wakaf-wakaf yang sosial ada wakaf wakaf yang sifatnya produktif artinya tadi rumah sakit rumah sakit dikelola kita terbuka bahwa memang di dalam pengelolaannya itu ada margin. margin usaha itu bukan karena kita mengkomersialisasi rumah sakit itu tapi itu didapat dari selisih antara layanan kesehatan yang kita berikan kepada pasien dengan klaim BPJS yang cair nah surplus inilah yang kemudian digunakan untuk pengembangan rumah sakit misalkan gini jadi itu ada tiga saluran penyaluran surplus pertama surplus digunakan untuk mauquf alaih artinya penerima manfaat baru yang memperoleh manfaat dari surplus wakaf. Yang kedua surplus wakaf itu juga digunakan untuk reinvestasi alat-alat kesehatan kan Rumah Sakit perlu perbaikan dan eh perlu pemeliharaan dan baik dari fisik bangunannya maupun dari alat-alat kesehatannya ya yang ketiga baru hak Nazir 10% jadi hak Nazir itu cuma dari surplus usaha bukan dari operasional itu artinya imbalan hasil itu ada di undang-undang nomor 41 nomor 24 pasal 17 12 sampai 17 Anda bisa lihat di situ Sehingga anda tidak salah menterjemahkan

jadi 10% itu adalah imbalan untuk Nazir nah sehingga itu dari hasil usahanya jadi jangan kemudian salah kaprah hak Nazir yang digunakan untuk distribusi itu bukan hak Nazir tapi itu operasional penyelenggaraan kenaziran gitu Mas ingin menyampaikan ini supaya nanti tidak ada Miss leading jangan sampai nanti begitu juga pasti lebih dari sekian Oh berarti lembaga anu melanggar nih gitu Karena kan Coba misalkan Anda didapatkan amanah 1 miliar bangun mushola di Maluku kan anda harus survei dulu kan gitu kan masa anda mau hari ini Disuruh naik kapal laut dan nggak mau pasti bayar di tiket pesawat terusnya dan itu ada konsekuensi biayanya sehingga dewan pengawas Syariah kami membenarkan penggunaan dana-dana ini sepanjang Diberitahukan kepada donatur jadi mengelola wakaf ini memang sulit hari ini karena sulitnya itu persepsi ya persepsi publik yang memang masih belum terlalu firm kasus act kemarin sebetulnya juga sebetulnya jangan sampai semua di gebyah buyah artinya konteks apapun ini apa namanya dipersalahkan jadi seperti itu Mas Jadi kalau tadi pertanyaannya berapa hak Nazir saya nggak setuju dengan istilah berapa operasional kenazirannya nah itu yang digunakan untuk mewujudkan aset wakaf tersebut gitu Mas.

A : Kemudian metode apa yang paling banyak menghasilkan pendapatan bagi dompet duaafa Pada masa pandemi apakah itu offline ataupun online?

PB : Penghimpunan ya? Online terus terang. Karena sekarang orang lebih mengakses informasi secara online

6. KEY ACTIVITIES

A : Kemudian selanjutnya terkait dengan Key activities atau aktivitas utamanya Pak yang pertama dalam proses operasionalnya Apa saja aktivitas kunci yang dilakukan oleh dompet dhuafa pada masa pandemi guna menciptakan value proposition nya?

PB : Pertama kita itu update, survei lapangan atas kebutuhan di masyarakat seperti apa. lalu kemudian apa namanya ya aktifitas respon gitu kan ya. Yang ketiga melakukan campaign kepada masyarakat secara periodic atas apa yang terjadi hari ini dibutuhkan oleh masyarakat.

A : Bagaimana strategi dalam proses sosialisasi kepada para calon khawatir pada masa pandemic?

PB : Kalau metodenya gimana ya Tadi ada campaign kita tetap Tentukan strategi penentuan apa yang paling prioritas di masyarakat tadi kan kita udah jawab ya Ada promotif ada pre emtif ada kuratif nah gitu kan Nah itu semua dilakukan berdasarkan fase-fase tersendiri Nah itu sebetulnya menjadi prioritas kita promotif bagaimana kita meng-camping Apa yang harus dilakukan masyarakat dari dalam konteks pandemi itu kita viralkan dari semua media Dompet Dhuafa lalu pre emtif adalah bagaimana upaya kita melakukan ya pencegahan memberikan sarana kebersihan hand sanitizer sambil ini juga dikomunikasikan kepada masyarakat dan juga kepada publik bahwa hari ini Dompet Dhuafa sedang melakukan upaya pre emtif di dalam menambah mengembangkan sarana kesehatan di tengah masyarakat itu dipublikasikan sehingga ada donasi juga nih di dalam pengadaan hand sanitizer di dalam pengadaan tandon air untuk kebersihan dan seterusnya yang terakhir kuratif

yang kuratif itu adalah apa rencana respon Dompot Dhuafa kaitan dengan langsung menangani pasien-pasien yang sudah positif covid Nah itu semua diviralkan Mas jadi dari 3 tahapan itu masuk ke kanal-kanal komunikasi dan strategi komunikasinya Dompot Dhuafa itu apa gitu Itu udah saya sampaikan di muka jadi kalau pertanyaan tadi tetap ditanyakan dia jawabannya itu itu juga gitu kemudian

7. KEY RESOURCE

A : Selanjutnya apa saja sumber daya yang dimiliki oleh dompet dhuafa untuk menunjang aktivitas kuncinya Pak?

PB : Ya kita punya berbagai macam divisi Ya paling tidak ada divisi marketing komunikasi ada divisi penghimpunan ada Direktorat program dan ada Direktorat legal udah itu jadi 4 kunci itulah yang kemudian menjadi ekosistem pelayanan kita kepada masyarakat gitu semuanya bekerja sesuai dengan tupoksinya masing-masing.

A : Kemudian sumber daya seperti apa sih Pak yang dibutuhkan oleh Dompot Dhuafa itu?

PB : Yang expert di keempat bidang itu ada yang di bidang fundraising ada yang expert di bidang desain program ada yang expert di bidang legal karena kita juga harus mengcover kebutuhan berapa kerjasama dengan lembaga lain termasuk kebutuhan soal apa namanya marketing Komunikasi itu mas

A : Kemudian apa saja sarana dan prasarana yang dibutuhkan dompet duafa dalam aktivitas dalam menunjang aktivitas kuncinya selama pandemi covid 19?

PB : Jadi sarananya banyak Mas. Sarana apa ya pernyataannya terlalu terbuka
Jadi kalau boleh saya jawab ya kan anak komunikasi sarana transportasi
kemudian working group ruang-ruang untuk melakukan diskusi dan seterusnya
supaya desain-desain yang kita hasilkan bisa lebih optimal gitu

A : Dan terkait dengan sarana prasarana itu sendiri itu seperti apa yang
dibutuhkan untuk kedua apa misalkan dalam transportasinya atau dan lain-
lainnya ada kriteria khusus Pak terkait dengan alat transportasinya?

PB : Enggak ada sih pokoknya yang menunjang aktivitas aja kalau transportasi
disesuaikan aja dengan Medannya Bapak memang 4 * 4 yang bisa menjangkau
karena kan hari ini juga ada disaster management center yang punya alat-alat
apa kendaraan transportasi yang khusus ke daerah-daerah bencana kalau yang
sifatnya untuk office need aja sih ya cukup mobil-mobil biasa untuk kesana
kemari untuk melakukan promosi kerjasama saya pikir cukup ya yang lain-
lainnya sarana komunikasi yang dari hari sekarang juga ada kebutuhan untuk
membangun podcast kita harus punya studio dan seterusnya itu juga menjadi
kebutuhan yang cukup vital hari ini Karena produksi konten Komunikasi itu
harus bisa dilakukan sendiri

A : Kemudian apakah dompet dhuafa memiliki hak cipta terhadap produk nya?

PB : Nggak ada

8. KEY PARTNERSHIP

A : Kemudian selanjutnya Siapa saja yang menjadi Mitra untuk
mendistribusikan dana wakaf oleh dompet pada masa pandemic?

PB : Itu saya nggak punya datanya Mas itu bisa ke LPM ya karena itu kan pengukuran gitu kalau yang internal ya penyaluran lewat dompet duaafa medika lewat apa institusi kesehatannya lalu kemudian ada Lembaga Pengembangan Insani itu untuk Penyaluran dana dana pendidikan lalu kemudian ada lembaga kesehatan cuma-cuma itu untuk daerah terpencil layanan kesehatan daerah terpencil itu yang internal tapi kalau misalkan yang lain ada di LPM datanya

A : Kemudian dalam hal yang internal tadi Pak seberapa besar manfaat yang didapatkan oleh dompet Dhuafa dari kemitraan tersebut?

PB : Ya sangat besar lah karena kan itu ujung tombak pelayanan kita di daerah kan bukan orang pusat yang layanin kesehatan saya bukan dokter dan Saya bukan guru jadi memang harus mereka yang itu kan yang melaksanakan

9. Cost Structure

A : Apa saja yang menjadi biaya tetap dari proses distribusi dana wakaf Dompet Dhuafa pada masa pandemic covid 19?

PB : Kalau selama pandemi sih paling yang menjadi biaya tetap ya biaya untuk tim medis nya mas.

A : Kemudian untuk variable cost nya pak?

PB : Kalau variable cost ya mungkin yang kita ambil dari surplus wakaf kaya biaya operasional program, hak untuk nazir, dan biaya untuk pengelolaan dan perawatan aset-aset wakaf yang kita punya mas.

10. Mission Values

A : Apa tujuan jangka panjang yang diharapkan oleh Dompet Dhuafa?

PB : Y akita mengharapkan semua program kit aitu dapat terdistribusi secara menyeluruh dan pada akhirnya bisa meningkatkan taraf hidup masyarakat dari yang awalnya mustahik menjadi muzakki makanya kita ada program mustahik to muzakki.

A : Bagaimana langkah yang dilakukan Dompot Dhuafa guna mencapai tujuan jangka panjangnya?

PB : Ya dengan program-program tadi itu mas.

11. Objectives

A : Apa harapan jangka pendek pihak Dompot Dhuafa kepada pada calon penerima manfaat dan khalayan umum dari dana wakaf yang didistribusikan?

PB : Ya semua pasien bisa ditangani dengan cepat seperti yang disampaikan diawal

A : Bagaimana langkah yang dilakukan Dompot Dhuafa guna mencapai tujuan pendeknya?

PB : Dengan program-program yang tadi dijelaskan dengan rumah sakit darurat, dengan memberikan layanan pick up dengan ambulance.

12. Impact Measures

A : Apakah misi yang dimiliki oleh Dompot Dhuafa?

PB : Untuk misi Dompot Dhuafa ada 4, yang pertama mengoptimalkan pemanfaatan zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) untuk memberdayakan kaum dhuafa (miskin) agar bebas dari belenggu kemiskinan. Kedua, melakukan pembelaan dan pelayanan untuk mendorong transformasi masyarakat berbasis keadilan. Ketiga, mewujudkan pelayanan, pembelaan dan

pemberdayaan yang berkualitas dan berkesinambungan serta berdampak pada kemandirian masyarakat yang berkelanjutan. Dan yang terakhir mewujudkan keberlanjutan organisasi melalui tata Kelola yang baik sesuai dengan prinsip Good Corporate Governance serta pemenuhan prinsip Syariah dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

A : Apakah Dompot Dhuafa sudah mampu mencapai misi nya dalam proses pendistribusian dana wakafnya?

PB : Ya sudah tapi kita masih terus tingkatkan.

13. Output Measures

A : Apakah tujuan utama atau visi yang dimiliki Dompot Dhuafa?

PB : Visi yang dimiliki Dompot Dhuafa yaitu Terwujudnya masyarakat adil dan makmur

A : Apakah misi-misi yang dimiliki sudah mampu merepresentasikan tercapainya visi dari Dompot Dhuafa?

PB : Sudah

14. Governance

A : Bagaimanakah regulasi utama Dompot Dhuafa dalam proses pendistribusian dana wakaf semasa covid 19?

PB : Seperti diawal tadi kita tidak membeda-bedakan pasien pokoknya siapa yang terjangkit covid ya kita tangani.

A : Apakah Dompot Dhuafa memiliki dewan pengawas syariah internal?

PB : Iya tentu ada



Narasumber 2

Nama : Ibu Sulistiqomah

Jabatan : Senior Officer Corporate Partnership Wakaf Dompot Dhuafa Pusat

Tanggal Wawancara : 23 Desember 2022

Waktu : 14:00 – 15:30

Lokasi : Zoom Meeting

A : Pertama terkait sejarah Nazir wakaf dompet dhuafa itu sendiri seperti apa mungkin singkat aja Bu?

BS : Ya jadi Dompot Dhuafa Nazir Dompot Dhuafa berdiri sejak tahun 93 sebagai LAZ dan baru mendapatkan di tahun 2011 itu mendapatkan izin sebagai Nazir dari badan wakaf Indonesia kemudian di tahun 2015 itu dapat izin lagi dari badan wakaf Indonesia sebagai Nazir pengelola wakaf uang jadi Dompot Dhuafa ini izin ke nazirannya dua ya di tahun 2011 sebagai Nazir dari BWI izinnya yang kedua di tahun 2015 sebagai Nazir pengelola wakaf uang. Kalau secara overal sih Dompot Dhuafa itu injilnya dua izin sebagai LAZ lembaga amil zakat dan yang kedua izin sebagai Nazir Wakaf.

A : Oke berarti untuk secara izin sudah mendapatkan izin secara Nazir umumnya dan Nazir untuk wakaf uang itu sendiri ya Bu?

BS : Betul betul.

A : Kemudian terkait dengan programnya itu program apa aja sih yang dimiliki Nazir Wakaf Dompot Dhuafa secara umum?

BS : Secara umum kita itu ada di 5 pilar program yang pertama program pendidikan kedua ekonomi ketiga kesehatan keempat sosial budaya dan kelima dakwah

A : Mungkin bisa sedikit dijelaskan di masing-masingnya Ibu?

BS : Ya kalau dalam kita bicara konteks wakaf ya bukan bukan ZIs Ya kalau dalam konteks wakaf kita punya program pendidikan itu 2 kita punya program 3 ya yang sedang berjalan sedang proses pembangunan yang ketiga yang pertama untuk program pendidikan itu kita punya sekolah namanya Al Sukro itu wakaf dari Yayasan Al Sukro itu sekolah elit berbayar berbasis wakaf produktif adanya di Ciputat dekat UIN. Nah itu sekolah Al Sukro itu sekolah berbasis wakaf punya Dompot Dhuafa itu kita kelola secara produktif siswanya berbayar dan mahal ada juga siswa dhuafa yang dibiayai dari surplus wakaf itu yang pertama. Yang kedua sekolah Semen Cibinong SSR itu SFC sekolah Semen Cibinong ini juga wakaf dari PT Holcim yang mewakafkan sekolah sekolah elit juga di daerah Cibinong ya diwakafkan ke DD dan oleh DD wakaf sekolah Semen cibinong ini dikelola secara wakaf produktif dan menghasilkan surplus wakaf tentunya pasti penerima manfaatnya ada mauquf alaih atau tidak mampu yang dibiayai seperti itu selain yang berbayar ya Kenapa harus berbayar Iya karena itulah produktif harus berbayar ada berbayarnya agar menghasilkan keuntungan atau surplus wakaf. Yang ketiga kita sedang membangun namanya Pesantren Tahfidz Green Lido. Ini Salah satu program pendidikan berbasis

wakaf yang berbasis pesantren berdiri di atas lahan wakaf 2,1 hektar di daerah Lido Sukabumi. Sekarang sedang dibangun masjid dan nanti ke depan akan dibangun asrama santrinya sekolahnya dan lain-lain, itu untuk program pendidikan. Kemudian untuk program kesehatan kita memiliki 7 Rumah Sakit berbasis wakaf dimana saja satu ada di rumah sakit Rumah Sehat terpadu dengan kedua dari Parung Bogor kedua kita juga punya rumah sakit di Lampung itu 2 Rumah Sakit aka sribahwono lampung dan Rumah Sakit Griya Medika Lampung. Kemudian yang keempat kita punya Rumah Sakit Mata Ahmad Mawardi di Serang Banten yang kelima kita punya rumah sakit berbasis wakaf juga Rumah Sakit Ibu Dan Anak As-Sayyidah di Jakarta Timur yang kelima kita punya juga Rumah Sakit Lancang Kuning di Riau ya di Riau kemudian kita punya lagi rumah sakit kita yang keenam itu ada di 1234 567 saya ulangin ya rumah sakit rumah sakit sehat terpadu Dompot Dhuafa yang pertama yang kedua rumah sakit akasribhawono Lampung yang ketiga Rumah Sakit Lancang Kuning Dong di Riau yang keempat Rumah Sakit Islam ibu dan anak Sayyidah kemudian yang kelima Rumah Sakit Mata Ahmad Mawardi di Serang Banten yang keenam Rumah Sakit Griya Medika Dompot Dhuafa ada di Lampung juga dan yang terakhir yang ke-7 Rumah Sakit Hasyim Asy'ari itu kerjasama dengan Yayasan Pesantren Tebuireng di Jombang Jawa Timur. itu 7 Rumah Sakit kita berbasis wakaf kemudian Program ekonomi Program ekonomi itu kita sedang kembangkan ekonomi produktif berbasis wakaf itu ada di DD farm Banten Ya ada juga di beberapa titik yang lain itu konteksnya adalah wakaf di bidang ekonomi Yakni dengan investasi sosial 18 juta pewakif

akan mendapatkan gratis selama 10 tahun berkurban gratis ya jadi investasi sosial di 18 juta di program peternakan kita gitu ya buat apa 18 juta? 18 juta ini akan dibelikan namanya bakalan kambing. bakalan kambing yang nanti akan di model penggemukan digemukan di kandang DD Farm kami dan kambingnya setelah gemukkan mereka pasti beranak-pinak ya beranak 1 beranak 4 beranak 3 ya. Nah anak dari kambing itu adalah surplus wakaf. salah satu surplus wakafnya salah satu anak kambingnya itu akan kami berikan lagi ke donatur dalam bentuk kambing ini menjadi hewan kurban pewakif tadi secara gratis selama 10 tahun jadi dengan investasi sosial 18 juta di Program ekonomi dari apa sudah otomatis gratis kurban selamat 10 tahun kedepan itu untuk program ekonomi yang sedang kita kembangkan ya kemudian untuk program sosial budaya sosial misalnya kita punya sudah membangun banyak masjid ya salah satu portofolio masjid kita berbasis wakaf itu rumah masjid Al Madinah di kawasan zona Madinah Parung Bogor itu adalah salah satu wakaf sosial produktif yang kita bangun berbasis lokal kemudian diikutin lagi kita sudah membangun juga masjid berbasis wakaf itu namanya Masjid Al-Majid itu ada di Lampung Bukit Kemuning itu ada di Lampung juga masjid Al-Majid, kemudian kita bangun lagi wakaf sosial masjid Azzahra ada di Lampung juga di kawasan pusat belajar Lampung itu adalah portofolio wakaf sosial kemudian wakaf dakwah program dakwah itu kita sedang mengikhtiarkan untuk memberikan fasilitas kendaraan berupa perahu dakwah untuk mengakomodir da'I-da'i kita yang ada di daerah pesisir untuk perahu ya kalau misalnya dia ada di pelosok harus jalanannya begitu harus menebus hutan misalnya butuh motor

Nah kita akan akomodir itu nah hari ini portofolionya kita pernah bikin itu di apa dengan DD Jatim untuk dakwahnya seperti itu Mas itu adalah 5 pilar program kita

CUSTOMER SEGMENT

A : Terima kasih untuk jawabannya kemudian masuk ke strategi dengan bisnis model canvas yang pertama terkait customer segmen siapa target penerima wakaf ini kita masuk ke konteks covid ya Bu?

BS : Penerima wakaf pada masa pandemi COVID 19 itu wakaf berkontribusi Ini ngomongin kalau kontesnya wakaf beda sama zakat ya Mas ya kalau zakat itu dana dihimpun kemudian bisa langsung disalurkan ke mustahik atau fakir miskin atau dhuafa gitu ya tetapi kalau wakaf itu dana yang terhimpun tidak bisa langsung disalurkan karena wakaf itu harus dikelola dijadikan aset untuk diproduksi kemudian menghasilkan surplus dan surplusnya itu dialirkan untuk salah satunya mauquf alaih atau penerima manfaat jadi konteks wakaf itu kan tahan pokoknya alirkan manfaatnya. Jadi kalau ngomongin konteks saat Covid, wakaf Dompot Dhuafa berkontribusi banyak di Cluster kesehatan ya program kesehatan saat covid kemarin kita bikin rumah sakit lapangan berbasis wakaf kemudian di dalamnya itu ada waqaf Alkes gitu ya alat kesehatan kemudian siapa segmen penerima manfaatnya itu udah mauquf alaih ya pasien-pasien dhuafa yang terdampak covid di rumah sakit lapangan yang Dompot Dhuafa bikin ataupun di 7 rumah sakit kita yang berbasis wakaf karena Rumah Sakit kita itu bisa menjadi rujukan pasien yang terkena covid 19 untuk bisa

dikasih pengobatan sebagai Apa manfaat dari wakaf produktif yang kita kelola itu di rumah sakit rumah sakit kita mungkin itu dulu ya.

A : Oh ya Berarti untuk targetnya seluruh orang lah yang terjangkau covid gitu ya Bu?

BS : Iya sebagai mauquf alaih ya sebagai penerima manfaat tapi itu adalah impact dari apa hasil pengelolaan Rumah Sakit kita kalau misalnya dana fundingnya, dana funding saat covid itu macam-macam mas jadi dana funding dana wakaf melalui uang yang kami terima kita belikan ventilator karena kan wakaf itu kan pokoknya harus ditahan nggak bisa dana dana wakaf biasanya dapat dana wakaf 100 juta terus kita buat apa obat-obat Pasien itu bukan wakaf itu harus zakat gitu Jadi kalau untuk obat-obat pasien itu pasti dipastikan dari dana zakat atau infaq kalau wakaf itu harus bentuknya di bentukan dalam bentuk aset yang itu asetnya bisa digunakan untuk para penerimaan manfaat pasien-pasien terpapar covid ini misal kemarin itu saat covid kita menghimpun Dana wakaf kemudian dana wafatnya kita belikan ventilator alat yang buat nafas itu ya Nah ventilatornya ini kita pasang di rumah sakit kami yang berbasis wakaf di RST gitu ya kita dapat donasi dari perusahaan salah satunya kemarin dari samudra Indonesia itu ada sejumlah dana dikasih ke kita kita berikan ventilator yang ventilator itu ditaruh di rumah sakit Rumah Sehat terpadu Dompot Dhuafa di Parung Bogor setelah covid pun ventilator itu bermanfaat sampai sekarang gitu kemudian ada lagi yang kita dapat dana donatur dana wakaf tunai yang masuk ke rekening Dompot Dhuafa kita belikan ambulans karena donornya waktu itu ini wakaf kami untuk dibelikan ambulans kita salah

satu kasih contoh pokoknya PT British propolis itu memberikan donasi wakaf melalui uang dan dibelikan ambulans itu dapat 3 maaf dapat 5 ambulans yang kita beli dari donasi British propolis jadi donasi wakafnya itu bentuknya uang ditransfer ke Dompot Dhuafa dan Dompot Dhuafa belikan ambulans dan 5 ambulans tadi kita sebar ke rumah sakit Dompot Dhuafa yang ada di Indonesia 2 ada di rumah sakit sehat terpadu di Bogor kemudian satu ada di Lampung kita taruh di Lampung satu lagi kita taruh di lkc Banten satu lagi kita Taruh lagi ambulannya di Bandung di Dompot Dhuafa Bandung itu untuk menangani pasien covid juga jadi itu 7 satu lagi kita taruh di program disaster management centernya Dompot Dhuafa jadi 7 bulan yang sorry 5 yang terhimpun dari British Propolis tadi kita langsung sebar ke rumah sakit kita yang menangani pasien-pasien Covid saat itu Jadi itulah wakaf ya Jadi donasinya kita Salurkan dalam bentuk aset kita belikan aset atau kita buat untuk penanganan Covid dalam bentuk fisik bangunannya tapi kalau kemarin konteks wakaf Dompot Dhuafa itu tidak buat bangun fisik ya Tapi kemarin itu kita beli ambulans bikin ambulans kemudian belikan alat-alat kesehatan penunjang kesembuhan pasien-pasien Covid seperti itu

A : Kemudian berarti yang saya tangkap dari yang ibu jelaskan untuk klasifikasi dan kriterianya itu tidak ada ya Bu untuk covid jadi siapapun yang terjangkit bisa mendapatkan fasilitas yang sudah diberikan oleh Dompot Dhuafa?

BS : Iya karena kan konteksnya wakaf kalau dia pasiennya dhuafa untuk obat Rumah Sakit kami itu untuk operasional obat-obat pasien gitu ya pasien covid maupun non Covid itu bisa diambilkan dari dana zakat tapi untuk alat-alat

medis alat-alat kesehatan covid misalnya ventilator ataupun ambulans medis gitu ya Nah itu atau bed tempat tidur Nah itu dari bisa diambil dari donasi warna untuk penerima manfaatnya mauquf alaihnya itu kan semua bisa kena ya seperti itu Nah itu bisa kita tolong.

A : Tadi juga itu kan sudah menjelaskan terkait beberapa programnya bu dari kesehatan pendidikan segala macam kemudian kan pasti ketika covid kan lebih cenderung ke kesehatan Apakah Dompot Dhuafa itu masih mengalokasikan dana wakaf itu ke pemrograman yang lain atau tidak kalau memang iya

Bagaimana presentasi pembagiannya Bu

BS : Masih masih Jadi kami itu kan tadi saya bilang ya kita Dompot Dhuafa itu ZISnya program-program ZISWAFnya itu berdiri pada 5 pilar program jadi mau Zis mau wakaf itu penyalurannya di 5 pilar program pendidikan kesehatan ekonomi sosial dan budaya dan bahwa jadi ketika case kemarin covid kita tetap camping Jadi kita tetap camping di 5 ini kita punya saat itu Pesantren Tahfidz Green Lido tetap kita campaign tetap jalan kemudian kita waktu itu campaign Rumah Sakit Hasyim Asy'ari itu ya yang di Jombang karena masih butuh biaya untuk pembangunan kita tetap jalan gitu ya kita camping wakaf sumur itu untuk program sosial sosial dakwah kita tetap jalan campaignnya gitu dan kita juga camping kesehatan ya itu produk turunan kesehatan kita camping wakaf ambulance kita campaign wakaf alat Kesehatan kita campaign wakaf untuk apa pembangunan rumah sakit itu itu tetap jalan jadi nanti proporsinya itu diserahkan ke masyarakat tertarik program yang mana gitu kalau secara camping semua kita mainkan Tapi karena momennya covid saat itu pasti

banyak donasi masyarakat itu milihnya itu di program kesehatan bukan berarti program yang lain nggak jalan. jalan frekuensinya mungkin yang lebih cenderung lebih banyak ya diprogram kesehatan seperti halnya hari ini banyak bencana kan Cianjur segala macam ya Dompot Dhuafa kalau misalnya di compare gitu budget minat masyarakat hari ini ya banyaknya di program kebencanaan gitu yang rekening Dompot Dhuafa banyak donasi. Itu wajar sih kayak gitu karena momentum ya

A : Kemudian terkait dengan segmentasi penerima manfaatnya itu lebih cenderung ke daerah perkotaan atau pedesaan?

BS : Kalau konteksnya wakaf ya wakaf itu kan lebih ke Kalau ngomongin keberpihakan tingginya itu daerah terpencil melalui tangan-tangan Dompot Dhuafa cabang yang ada di daerah itu tersentuh gitu Tapi kalau konteksnya wakaf hari ini gitu ya itu melekat di program-program berbasis wakaf yang kita yang kita selenggarakan dan sedang kita campaign misalnya programnya ada di Lampung rumah sakit Lampung atau di Lampung itu ada pusat belajar mengaji dan ada dua masjid berbasis wakaf sosial di Lampung lah penerima manfaatnya adalah Lampung sekitarnya dan bisa juga di daerah luar Lampung misal itu kan Transjakarta Jawa Sumatera ya nya ya jalanannya masjidnya berdiri di ya itu bisa banyak musafir-musafir yang salat di masjid-masjid kita dan itu bisa jadi bukan orang Lampung ya seperti itu Jadi wakaf kalau konteks hari ini ya dia melekat di titik mana program wakaf itu ada itu kalau misalnya dia ada rumah sakit atau sekolah di Jakarta Jabodetabek program wakaf ada 2, 3 malah ya yang sekolah Al Sukro Ciputat dan sekitarnya kemudian sekolah Semen

Cibinong kemudian Pesantren Tahfidz Green lido itu penerima manfaatnya ya apa daerah sekitar program Wakaf tersebut Walaupun ada juga penerima manfaat dari luar daerah misalnya siswa Sumatera atau Lampung atau Kalimantan yang nanti akan sekolah di pesantren kita boleh seperti itu tergantung jenis karakter karakteristik programnya

A : Kemudian Bagaimana sih Bu cara dompet dhuafa itu menjangkau informasi calon penerima manfaat wakaf pada masa pandemi covid-19?

BS : Coba diulangi, kenapa gimana?

A : Cara dompet itu apa Untuk menjangkau calon informasi dari calon penerima manfaat wakaf pada pandemi covid 19 itu seperti apa bu?

BS : Ya Jadi biasanya para penerima manfaat saat covid-19 itu kan kita ada di 17 provinsi cabang Dompet Dhuafa cabang di 17 provinsi di seluruh Indonesia dan kita juga ada di 5 benua di luar negeri gitu ya itu melalui cabang-cabang itu kita bisa dapat infonya dan kita juga menggunakan digital Mas digital kan covid itu digital kemarin strategi digital itu tinggi termasuk dalam grab penerima manfaat itu bisa apa kontak ke kita gitu ya kemudian kita respon gitu kan Kalau dia penerima manfaat seperti itu jadi digital itu tuh memegang peran penting kemarin saat covid

A : Jadi intinya para calon penerima manfaat itu bisa mengajukan dirinya ya Bu?

BS : Oh bisa bisa tapi kalau konteks nya covid itu biasanya kan sakit ya terpapar covid ya saat covid ini ngomongin covid telepon ke dompet dhuafa akan kita jemput pakai ambulans gitu jadi kan ada ambulans covid tadi ya Jadi

kita punya 7 rumah sakit tadi kita punya ambulans yang itu gratis free untuk pelayanan penanganan covid gitu

SOCIAL VALUE PROPOSITION

A : Kemudian lanjut ke bagian selanjutnya di value proposition yang pertama itu apa saja sih Bu keunggulan layanan atau program-program unggulan yang dimiliki dompet dhuafa pada masa pandemi tapi tidak dimiliki oleh kebanyakan lembaga wakaf lainnya?

BS : Program unggulan kami pasti pas banget ya kesehatan karena saat covid berlangsung itu seluruh penghimpunan dana Ziswaf itu tinggi dana zakatnya tinggi untuk penanganan covid dana wakafnya juga tinggi untuk penanganan covid Dan kita punya 7 Rumah Sakit berbasis wakaf dan itu tidak dimiliki mungkin ya oleh saya bisa meyakinkan tidak dimiliki oleh lembaga wakaf yang lain kalau apalagi kalau kita ngomongin covid kemarin tidak hanya kontribusi wakaf tapi kontribusi ZIS juga kita punya selain kita punya 7 Rumah Sakit berbasis wakaf kita itu punya 18 gerai gerai zakat lkc layanan kesehatan cuma cuma in ikan juga membantu saling berkolaborasi dengan pos sehat kemudian kita juga punya banyak ambulans yang apa yang mendukung untuk penanganan pasien-pasien covid seperti itu itu jadi program unggulan dia kemarin karena semua orang butuh penanganan apa ketika terpapar covid sampai apalagi pas varian Delta itu kenapa kita mendirikan Rumah Sakit lapangan karena kan banyak rumah sakit yang tidak menampung pasien ya sampai di luar-luar bikin tenda gitu kan waktu itu kan saking banyaknya orang yang terpapar covid nah Dompet Dhuafa merespon kita mendirikan rumah sakit lapangan Rumah Sakit

darurat ya yang kita bikin tenda titiknya salah satunya ada di Fatmawati kita bikin rumah sakit lapangan terus kita ada juga di rumah sakit Depok nah itu dananya diakses bukan hanya dana wakaf tapi dana ziswaf, zakat infaq sedekah wakaf kita mainkan bersama-sama untuk penanganan konteksnya covid hari itu

A : Berarti untuk jangkauannya untuk distribusi wakafnya selama distribusi pandemi itu Bagaimana Bu Maksudnya di beberapa provinsi atau beberapa segala macam itu?

BS : Ya dengan cabang tadi cabang itu punya program duplikasi pusat dia semua cabang kita di 17 provinsi itu memiliki program sama Dompot Dhuafa 5 pilar program ini tidak hanya berlaku di pusat ya tapi juga di cabang-cabang kita diseluruh Indonesia dan itu mereka memainkan peran yang sama misalnya mungkin kelasnya kalau dompet duaafa pusat kita punya rumah sakit besar ya tapi di Dompot Dhuafa daerah kalau misalnya dia Dompot Dhuafa Riau di situ ada rumah sakit Lancang Kuning berbasis wakaf itu dapet kemudian kalau dia Dompot Dhuafa Lampung Oh di situ ada dua rumah sakit berbasis wakaf nih ada rumah sakit aka sribawhono sama Rumah Sakit Griya Medika kalau misalnya wakaf tapi dia punya klinik ada rumah bekam ada klinik LKC layanan kesehatan cuma-cuma yang mereka punya gitu Nah itu bisa diakses untuk pengobatan membantu apa penanganan pasien-pasien covid ini bisa diduplikasi seluruh cabang kita di seluruh Indonesia dengan skala yang berbeda ya Mas ya pasti skalanya mungkin lebih kecil karena mungkin daerah ya gitu seperti itu

A : Tapi intinya untuk menjangkau seluruhnya sampai pelosok ya?

BS : Betul betul bahkan kami punya LKC layanan kesehatan cuma-cuma itu klinik ya jadi Dompot Dhuafa punya penanganan apa kesehatan berbasis klinik dan Rumah Sakit. Klinik itu kita punya 52 klinik ya kita lihatnya dan ada klinik-klinik juga bahkan kita punya klinik LKC NTT Nusa Tenggara Timur itu kita ada kliniknya kemudian kita punya LKC Papua layanan kesehatan cuma-cuma di Papua gitu semua berafiliasi dengan cabang-cabang kita yang ada di daerah mas.

A : Kemudian apa sih sebenarnya faktor-faktor yang menjadikan polatif itu tertarik untuk memilih mewakafkan dananya itu ke dompet dhuafa bukan ke lembaga yang lain, kecenderungannya?

BS : Karena trust ya karena kepercayaan yang pertama kedua wakaf yang bisa dikunjungi yang bisa dilihat langsung bahwa Oh ini bener ya donasi wakaf saya yang saya transfer ke Dompot Dhuafa itu dijadiin Rumah Sakit bener dibangun buat rumah sakit oh bener buat beli ambulans oh bener buat pembelian alat kesehatan oh bener ada sekolah berbasis wakaf oh bener juga ada program ekonomi produktif jadi program-program nyata itu yang secara berkala kita ajak para donatur dompet dhuafa untuk visit ya yang namanya care visit program wakaf dan itu mereka bisa melihat langsung bahwa wakafnya itu disalurkan ada wujudnya ada kontribusinya dan ada underlying asset yang dikelola gitu Karena kan konteks hari ini kalau kita ngomongin secara fikih wakaf, wakaf itu ya tahan esensinya kan wakaf itu Tahan pokoknya hasilkan manfaatnya tahan uang yang didapat donasi uang itu Tahan pokoknya uangnya dibentuk gimana cara menahan uang wakaf itu kita jadikan aset ditahan Pokoknya asetnya kita

kelola secara produktif menghasilkan surplus atau keuntungan keuntungan itu yang kita alirkan jadi saya yakin dompet dhuafa bisa 29 tahun hari ini berdiri karena trust yak karena kepercayaan masyarakat terhadap program-program wakaf dompet dhuafa.

A : Tapi kan ada ya pelaporannya ini nanti mendapatkan laporan bahwa dananya didistribusikan ke mana gitu ya Bu?

BS: Oh itu berbasis kalau laporan itu berbasis donaturnya pilih program apa kalau misalnya yang kita camping itu program Katakanlah kita sedang membangun Pesantren Tahfidz Green Lido kita punya 7 program prioritas unggulan yang sedang kita camping hari ini Rumah Sakit, Pesantren tahfizh Green Lido, wakaf sumur, kendaraan da'wah nah masing-masing program ini nomor rekeningnya berbeda-beda kalau dia lewat transfer ketika dia transfer ke rekening Itu program campaign Pesantren tahfizh Green Lido berarti secara otomatis jadi report kita ke donatur tersebut bahwa donasi bapak akan disalurkan untuk program pembangunan Pesantren Tahfidz Green Lido jadi donaturnya milih Pesantren kalau dia transfernya di rekeningnya wakaf sumur berarti beliau milih program Bapak sumur gitu Nah nanti Reportnya akan dalam bentuk program wakaf sumur walaupun tidak hari ini dompet dhuafa tidak parsial satu-satu ya mas ya biasanya kita kalau donatur retail donatur retail itu biasanya kita melaporkan selain kuitansi bukti pembayaran itu ada namanya laporan konsolidasi atau kalau kita lihat seperti Billing statement-nya kartu kredit ya jadi donasi wakaf Bapak bulan Januari Maret April sampai Desember terecord **semua** disitu, untuk laporannya kalau untuk donatur retail itu sudah

ada dilaporkan secara berkala rutin setiap bulan itu di kita punya namanya majalah suara cinta yang ini kita report program-program dompet dhuafa secara keseluruhan. Kemudian kalau konteksnya wakaf ya kalau donasinya 1 juta ke atas kita terbitkan namanya sertifikat wakaf disitu tertulis Kalau donaturnya transfer kemudian konfirmasi ke kita kemarin saya transfer atas nama Ibu sulistikoma 5 juta untuk wakaf sumur ya Nah kita akan terbitkan sertifikat wakaf atas nama yang bersangkutan dengan nominal 5 juta untuk programnya sesuai untuk program wakaf Sumur tertulis di sertifikat dan ini nggak ada di zakat ya yang muncul sertifikat hanya wakaf

CHANNEL

A : Kemudian masuk ke channel atau jaringannya tadi sudah dijelaskan juga dari 17 rumah sakit eh 17 cabang ini terkait dengan jaringan untuk pendistribusiannya ketika Khususnya ketika covid dan non covid juga itu dari 17 cabang itu itu kan pasti sudah menjadi satu jaringan untuk proses distribusi Ada nggak sih bu selain dari 17 cabang ini yang menjadi jaringan utama yang dimiliki dompet dhuafa dalam proses pendistribusian dana wakaf?

BS : Dana wakaf ini terdistribusi melalui program-program ya Jadi tadi sudah saya sampaikan di awal ya Mas ya kita penyalurannya bukan uang tapi masuk ke program masuk ke program pendidikan masuk ke program kesehatan dibangun Rumah Sakit dibangun Pesantren jadi donasi wakafnya kita distribusi dalam bentuk program penyaluran aset Jadi bukan uang yang kita Salurkan langsung ke fakir miskin itu zakat namanya kalau wakaf kan harus dikelola dulu ya seperti itu dalam proses penanganan covid kita memang

banyak berkolaborasi Kalau ngomongin harta benda wakaf milik dompet dhuafa Nazir Dompot Dhuafa yang saya sebutkan tadi ya seperti itu apakah di daerah ada kalau misalnya di daerah itu dia punya klinik gitu ya misalnya cabang itu punya klinik biasanya akan di optimalkan apa klinik itu untuk ikut berkontribusi penanganan covid 19. sumber dananya dari mana? Dari blended apa Dana ZISWAF jadi tidak kemarin Positif itu kita tidak hanya main wakaf ya kalau wakaf itu di asetnya untuk penanganan obat-obatan covid pasien Positif itu dari dana zakat dan infaq seperti itu dan itu terjadi juga di cabang-cabang kita dan kita juga banyak kolaborasi dengan banyak Mitra ya entah itu perusahaan entah itu komunitas entah itu yayasan gitu ya untuk kolaborasi bareng dalam hal fundraising maupun penyaluran untuk penanganan covid 19 melalui program-program kesehatannya dompet dhuafa.

A : Sebelumnya maaf ya Bu terkait dengan komunitas dan lain sebagainya Itu ada apa tidak Ibu datanya terkait berapa komunitas berapa perusahaan Maksudnya saya tanya aja mungkin nanti saya bisa langsung observasi ke kantor untuk langsung bertanya dengan bagian datanya

BS : Ada ada komunitasnya juga banyak cuman komunitasnya saya harus ceklisnya siapa aja

A : Karena kan maksudnya kalau dengan jumlahnya yang semakin banyak kan pasti akan meningkat kepercayaannya karena sudah banyak berkolaborasi

BS : Banyak jadi Dompot Dhuafa itu berkolaborasi dengan semua stakeholder kita buka jaringan networking semuanya untuk covid kemarin perusahaan kemudian yayasan kemudian BUMN komunitas jaringan sekolah kampus

semuanya kita mainkan gitu strategi digital lewat landing page lewat semua e-commerce jadi itu jadi strategi fundraising nya dompet dhuafa dan jadi strategi

PR kepada masyarakat terkait wakaf untuk penanganan pasien-pasien covid

A : mungkin dari itu juga bisa meningkatkan poin plus untuk meningkatkan trust dari masyarakat ya Bu?

BS : Betul betul

A : Baik ibu kemudian terkait dengan proses perlakuan pendistribusian itu

dilakukannya cenderung secara offline ataupun atau online baik itu

penghimpunannya atau distribusinya

BS : Kalau penghimpunan kita covid itu banyak kalau secara prosentase

penghimpunan dana wakaf saat covid itu karena banyak Lockdown gitu ya jadi

dari 100% bisa bisa dibilang 75% itu dari digital ya karena kan Lockdown kita

ke kantor juga dibatasi gitu ya seminggu Nggak boleh tiap hari waktu itu

seminggu cuman tiga kali atau dua kali gitu ya itu harus selang-seling selang-

seling gitu jadi strategi fundraisingnya semua by digital yang banyak ya.

Offline Ada? Ada, cuman kalau ya 80% digital 20% offline untuk

penghimpunannya Ya semua transaksi juga sama donatur takut ke mall hari itu

ya kan karena kan Mall juga ditutup semua harus pakai masker gitu Jadi semua

memainkan peran digital donasi via digital itu melambung tinggi kemarin saat

covid untuk penghimpunan untuk penyaluran ya penyaluran kita konteks hari

itu saat covid yang berperan banyak adalah teman-teman di sisi kesehatan divisi

kesehatan itu bikin siaga satu di kantor nih masuk setiap hari ada namanya

kayak ada apa ya bukan hot-hot kita punya hotline waktu itu terus ada kayak

corner darurat gitu ya untuk penanganan covid di kantor itu ada setiap hari ada posko ada posko darurat covid gitu ya yang setiap hari ada dokter setiap hari ini hidup apa cornernya ini poskonya ini setiap hari ada tim medisnya gitu yang itu dijaga secara bergantian untuk berkoordinasi dengan program-program kesehatan yang ada di dompet dhuafa seluruh Indonesia maupun yang dipusat tentunya Dikurangin offline-nya Ya karena sangat rawan kecuali teman-teman medis yang petugas-petugas medis itu kan tiap hari mobile keliling yang ada Laporan masyarakat jemput pakai ambulan harus medisnya pakai baju astronot kan datang jemput seperti itu

A : Baik Ibu. Trus terkait dengan tadi strategi digitalnya bu, aset digital apa aja sih bu yang dimiliki Dompet Dhuafa? Maksudnya dari sosial medianya ada Instagram, facebook, atau apa aja gitu bu?

BS : Oh ya dompet duaafa itu ada sosmed pasti ya kita punya Instagram kita punya Facebook kita live tiktok kemudian bikin reels juga pokoknya kekinian-kekinian semua kita mainkan, IG story gitu ya kemudian kalau dari sisi fundraising kita itu bikin portal donasi Nah bisa dicek di web ya namanya donasi.dompethuafa.org kalo diklik itu muncul apa itu kalau diklik itu muncul apa kolom donasi masyarakat bisa berdonasi langsung klik disitu gitu ya bisa bayar via gopay bisa transfer Bisa dana bisa segala macam gitu ya Dan itu ziswaf bisa memilih mau donasi zakat atau infaq atau wakaf bisa Klik di situ bisa langsung pembayaran donasi di situ nah saat covid ini menjadi mesin-mesin bisa mesin fundraising yang efektif ya Karena kan orang takut ke kantor takut bayar ke ini gitu counter kita juga ga buka jadi donasi.dompethuafa.org

ini menjadi mesin fundraising kita saat covid kemarin dan luar biasa tinggi donasinya

BS : Sorry mas satu lagi saya tambahkan kemarin ya sebelum pertanyaan ini selain kita punya portal donasi donasi.dompetchuafa.org kita juga kolaborasi dengan seluruh platform e-commerce maupun platform digital yang hari ini ada Jadi kita itu ada campaign untuk penanganan covid itu ada di Tokopedia, Bukalapak, Blibli bisa puluhan platform itu semua kita kerjasama untuk penanganan covid saat itu jadi kita bisa kita juga naik gitu ya di crowdfunding kita juga jalan gitu Jadi kita apa menggunakan platform portal donasi internal kita donasi dompet chuafa.org kemudian kita kolaborasi dengan puluhan ya dengan banyak e-commerce yang ada di Indonesia kemudian kita juga kolaborasi dengan crowdfunding kita bisa dan lain-lain gitu ya untuk mengkampanyekan program penanganan covid

CUSTOMER RELATIONSHIP

A : Baik ibu. Kita lanjut ke customer relationship, bagaimana cara dompet chuafa untuk menjaga hubungan dengan para pewakif dan para penerima manfaat wakaf pada masa pandemi covid 19?

BS : Jadi kita reportingnya secara berkala itu masif ya Mas ya jadi setiap fase kita itu kalau mendekati donatur dengan banyak fase ya kita ada namanya fase inkubasi atau soft selling kita biasanya ngeblastng ya terkait edukasi wakaf terkait Apa itu wakaf terkait bagaimana kontribusi wakaf saat itu gitu ya kemudian ada fase hard selling harveiling itu kita mendekati donatur dengan meremind misalnya beliau donatur zakat kita reminder saat tanggal gajian 25

bulan bulan ini tanggal 25 sampai tanggal 5 bulan depan jadi 10 hari itu 255 itu adalah 10 hari saat fase hard selling atau orang sedang pegang uang karena saat-saat gajian Nah itu tim crm kami customer relations management itu customer relation management itu melakukan marketing atau para donatur kita gitu ya kemudian secara reporting setiap bulan kita akan kirimkan itu tadi majalah suara cinta yang berisi seluruh program-program dompet dhuafa terupdate jadi kita setiap bulan itu menerbitkan secara softcopy dan Hardcopy namanya majalah suara cinta yang itu kita kirimkan ke seluruh donatur kita secara soft copy secara email ya Secara wa Blast maupun email Blast ke donatur kami karena kontak digital itu kita perlukan mas ke mereka bahkan seremoni2 donasi itu dengan donatur2 kita itu kita lakukan dengan digital waktu itu jadi nggak datang langsung ke lokasi karena covid ya jadi by ceremony digital semua serba digital kita lakukan tapi itu Alhamdulillah menjadi apa ya tidak mengurangi trust atau kepercayaan donatur kepada dompet dhuafa karena apa ya memang dimaklumi kontak fisik itu tidak mungkin

A : Kemudian dengan penerima manfaatnya mungkin dengan hubungan yang dijalin strategi hubungan ini dengan para penerima manfaat Sehingga nantinya ketika mereka naik kelas menjadi wakif itu bisa menjadi mewakafkan dananya di dompet dhuafa itu ada hasil strategi khususnya?

BS : ya jadi para kan dompet dhuafa punya namanya Mustahik to muzakki. mustahik itu orang yang di masyarakat maupun orang yang menerima manfaat dari wakaf suatu saat dia tidak akan selamanya duafa ya akan menjadi Muzakir adalah orang memerintahkan maupun memberi infaq atau wakaf nah itu kita

biasanya mendidik dhuafa itu apa itu untuk tidak melestarikan keduafaannya gitu Mas Jadi kita sering membuat kajian-kajian gitu ya walaupun saat pandemi nggak mungkin terjadi saat offline jadi kita bikin program online waktu itu ya Misalnya pasien-pasien covid kita yang ada di rumah sakit gitu ya kita edukasi dengan online semua digital semua online karena ada event-event offline atau seminar atau kajian yang kita tatap muka ya saat itu jadi semua dilakukan secara online ada program pendampingan yang kita dampingi kan pasien-pasien itu kan covid itu serba salah memang ya kan nggak boleh dijenguk ya kan dijenguk keluarga nggak boleh dijenguk kita juga nggak boleh jenguk karena kan rawan sekali rumah sakit saat itu rumah sakit saat itu juga rawan tertular bahkan dokter dokter dan paramedis dompet dhuafa yang bertugas di rumah sakit kami itu juga ada yang meninggal juga karena covid gitu ya karena sedang menangani pasien-pasien covid jadi secara maksimal kita sentuh para penerima manfaat itu dengan digital dengan tausiyah gitu ya cara digital kalau misalnya ada menguatkan secara Iman ya bermanfaat untuk sabar gitu ya untuk apa terus berdoa Berzikir itu tim da'i Cordova ini yang Intens ke mereka kalau saat nggak covid mereka datang ke rumah sakit ya Biasanya ngasih penguatan ke pasien2 kemudian keluarga pasien kita punya shelter shelter keluarga pasien rumah sakit dompet dhuafa jadi kan kalau pasiennya sakit itu kan keluarganya kan butuh secara bergantian butuh istirahat untuk apa ya bergantian dengan keluarga yang lain Nah itu bisa singgah di server kita seperti itu tapi saat covid gimana kan saat covid semua ditutup gitu Jadi semua kita lakukan by digital.

A : Terus untuk penyalurannya Ada nggak sih Bu kepada kalau tadi kan lkc itu kan memang didirikan dompet duaafa itu sendiri atau Rumah Sakit terpadu yang 7 itu itu kan dari dompet dhuafa sendiri ada nggak sibuk yang diwakafkan kepada selain dari yang dompet duaafa memiliki aset-aset misalkan donasikan atau mewakafkan ventilator ke rumah sakit non milik dompet dhuafa itu sendiri?

BS : kalau yang konteks hari itu yang diwakafkan ke donatur ke kita ya untuk program untuk Rumah Sakit dompet dhuafa yang kita punya karena kan memang kita campingnya sedang membutuhkan untuk penanganan covid ya jadi masyarakat sudah memilih sudah tahu edukasinya bahwa kita sedang ngobatin kita butuh ventilator banyak gitu ya kita butuh ambulans banyak gitu nah mereka donasinya untuk program DBD seperti itu

A : Kemudian tadi disebutkan ada posko ya apa bisa dikatakan sebagai seperti customer service itu?

BS : Bukanoh itu posko kesehatan ya bukan posko ini adalah penanganan darurat kalau ini kita itu pingin kayak bikin 118 gitu loh apa kaya Halodoc nah kayak gitu kita bikin call center lah kemudian kita bikin posko darurat covid yang stand by di kantor yang itu melayani masyarakat kayak tadi yang sudah ambulans yang ini terdampak daerah mana di daerah kita koordinasi ke semua cabang jadi kaya call centernya mas tapi memang 24 jam

A : oh berarti selama 24 jam itu nonstop?

BS : iya iya truss ama poskonya ada ada medisnya jadi ada dokter deh yang stand by juga secara bergantian

A :Kemudian dalam proses menjaga hubungan baik dengan para pewakif ada nggak sih bu semacam reward yang diberikan oleh dompet dhuafa reward dalam artian bukan hanya tentang materi mungkin non materi juga reward apapun itu untuk menjaga hubungan baik dengan pewakif itu ada ga bu?

BS : Silaturahmi kalau konteks covid ya kita doa ya kita doakan yang kesehatan pewakif sekeluarga diberi Kesehatan jika ada yang terkena covid keluarganya ya kita kuatkan secara mental itu yang kita lakukan ya penyuluhan serta edukasi tips-tips Bagaimana menghindari covid Bagaimana tidak terkena covid dari divisi Kesehatan untuk penanganan covid secara Dini pada keluarga kecil masing-masing seperti itu nggak boleh panik gini-gini harus apa yang harus dilakukan seperti itu sih

A : Kalau misalkan Bu di dalam kondisi ada pewakif yang keluarganya terdampak covid ada nggak sibuk Mungkin dari kan kalau dompet dhuafa ni kan dana zis ya ziswaf bukan hanya wakaf saja oh ini salah satu pewakif kita kemudian diberikanlah semacam vitamin atau obat-obatan

BS : Oh iya. jadi kita kemarin ngasih vitamin ke donatur juga bukan vitamin malah paket Paket apa ya apa apa isoman ya kepada para donatur yang berdampak positif sehingga mereka lapor ke dompet dhuafa kita kirimkan ke alamat itu ada paket isoman makanan bergizi sama vitamin dan lain-lain lah vitamin madu waktu itu ya itu trus habbatussauda paket isoman kita berikan ke donatur yang terdampak

A : Berarti kalau untuk itu sumber dananya itu dari Zis ya Bu

BS :Iya betul betul nggak papa kan kemarin kan memang semua kolaborasi gotong royong bantu covid kan menangani covid.

REVENUE STREAM / INCOME

A : Kemudian lanjut ke revenue stream, Dari mana saja sumber pendapatan dompet dhuafa pada masa pandemi covid 19?

BS : tadi ya sumber dananya dari ZIS dari zakat, infaq, sedekah, wakaf, dana hibah, surplus wakaf kan bagiannya untuk mauquf alaih. Kalau donaturnya darimana saja kaya tadi saya bilang bisa perorangan bisa kelompok bisa perusahaan, Yayasan, komunitas.

A : Kemudian berkaitan dengan operasionalnya dilakukan untuk operasional itu persentasenya Seperti apa ya?

BS : Itu untuk operasional karena hak Nazir itu 10% dari surplus wakaf operasional

A : Dalam hal ini surplus wakaf ya bu bukan dana wakaf yang terkumpul?

BS : Iya, surplus wakaf. Dan kalau misalnya 10% tidak cukup itu biasanya seluruh donatur sudah kita edukasi bahwa wakaf itu plus 10% untuk infak operasional

KEY ACTIVITIES

A : Lanjut ke key activitiesnya mungkin aktivitas kuncinya dalam proses operasionalnya itu aktivitas kunci apa aja yang dilakukan dompet duafa pada masa covid 19 guna menciptakan valuenya itu sendiri ?

BS : Aktivitas kunci ya itu kolaborasi bersama dalam penanganan covid 19 di semua Lini di semua Lini semua bagian semua saling berkolaborasi untuk

penanganan covid baik dari kanal atau bagian atau divisi fundraising yang menghimpun dana maupun divisi keuangan yang mengoperasionalkan apa memilih segala dana yang masuk maupun ke bagian program sebagai penyaluran atas jadi kita semua saling berkolaborasi penghimpunan pengelolaan penyaluran itu semua saling berkoordinasi untuk satu suara dalam konteks penanganan covid kita membuat campaign pertama kita membuat program-program bersama gitu ya efektif Apa yang akan kita bikin contohnya itu kita bikin rumah sakit darurat karena saking banyaknya gitu ya itu itu dari hasil sebuah diskusi kolaborasi kita butuh Bagaimana cara kita cepat untuk menangani aduan masyarakat yang terdapat kita bikin hotline tadi kita bikin posko covid seperti itu itu jadi kunci kesuksesan utama kita untuk berkontribusi penanganan covid di Indonesia.

A : Kemudian Bagaimana sih cara atau proses distribusi yang dilakukan dompet dhuafa sehingga Dana wakaf itu dapat tersalurkan secara merata dan tepat sasaran

BS : Proses distribusinya tadi udah saya jelaskan ya karena ini wakaf konteksnya gitu ya itu terdistribusi maksimal ke program-program penyaluran berbasis underlying asset program gitu ya kita bukan dana zakat ya Yang yang donasi terhimpun langsung disalurkan donasi wakaf itu harus yang terhimpun harus disalurkan ke program yang itu disalurkan melalui program-program berbasis underlying asset di bentukan aset gitu ya uang donasinya ditentukan aset dibangun dengan Rumah Sakit dibangun sekolah diberikan apa kendaraan baik itu misalnya perahu dakwah ataupun ambulans gitu ya yang

bentuknya adalah underlying asset. bagaimana pendistribusiannya ya hari ini dompet dhuafa Kalau ngomongin wakaf itu secara literasi kita masih harus terus tingkatkan karena zakat itu hari ini perolehan wakaf ya hari ini perolehannya 10% dari perolehan dana zakat saya bisa sampaikan data tahun ini penghimpunan wakaf Dompot Dhuafa itu 41 miliar tapi penghimpunan zakat dalam satu tahun itu bisa lebih dari 3 hampir 400 miliar artinya wakaf itu baru 10% nya nah bagaimana untuk bisa terdistribusi sampai seluruh Indonesia kita sedang menggenjot dompet dhuafa di seluruh cabang di 17 provinsi untuk meningkatkan secara masif literasi wakaf edukasi wakaf ke masyarakat kemudian menghimpun dana secara maksimal dana wakaf ya sebagai alternatif dari program zakat yang sudah bergulir kalau kita ngomongin zakat hari ini zakat Semua orang pasti tahu karena zakat itu wajib dua setengah persen dari yang mencapai nisab ya tapi belum tentu orang tahu wakaf hari ini untuk pemerataan seluruh Indonesia yaitu ikhtiar cabang2 dompet dhuafa untuk dimasukan program wakaf ya karena belum semua program aset-aset ya aset-aset wakaf ini belum semua ada di 17 provinsi di Indonesia gitu Kalau misalnya ada dana wakafnya gimana Mereka kolaborasi Biasanya seperti itu

A : Kemudian dalam proses evaluasinya itu dilakukannya Bagaimana ya per berapa kali sekali gitu?

BS : Ohiya kita kan seperti sebuah perusahaan ya evaluasi itu ada triwulan ada semester gitu ya kalau lembaga itu dalam satu tahun itu kita ada empat kali trimester ya setiap 3 bulan sekali itu kita evaluasi kinerja kita kalau secara kelembagaan itu setiap satu semester kalau dari versi divisi itu ya 3 bulan kita

akan evaluasi tim kita apa yang kurang apa yang kalau secara reporting kita ada weekly report aktivitas mingguan ada monthly report aktivitas bulanan gitu ya kemudian ada triwulan kalau udah ngomongin kaelembagaan manajemen itu kita harus report dan evaluasi per semester

KEY RESOURCE

A : Kemudian lanjut ke key resource, Apa saja sih itu sumber daya yang dimiliki dompet dhuafa untuk menunjang aktivitas kuncinya baik itu sumber daya manusia atau sumber daya secara saran dan prasarana?

BS : Banyak hal ya terutama SDM yang kompeten kita ngomongin konteks wakaf ya kita berharap sdm-sdm yang ada di dompet dhuafa ini kompetensinya teruji itu ya baik ya dari sisi fundraising maupun dari sisi temen-temen di program kapasitas SDM ini menjadi tolak ukur keberhasilan ya programmu Apa baik program penyalurannya dalam pengelolaan aset wakafnya maupun program-program yang berbasis komputer seperti itu kemudian yang kedua adalah transparansi ya transparansi Bagaimana kita bisa mereport secara transparan kepada donatur kepada masyarakat gitu ya dalam bentuk laporan tahunan yang itu di situ hari ini ada di Senayan ya kita ada namanya public Expose kemudian kita menentukan report tahunan nah disitu bisa kita sampaikan tuh ke masyarakat Berapa program berapadonasi wakaf, ziswaf nya donasi ziswaf yang terhimpun Kemana saja dan masyarakat itu disalurkan Bagaimana pengelolaan dananya dan bagaimana output dari apa program tersebut artinya mauquf alaih seberapa data mustahik yang berhasil dientaskan dari kemiskinannya Jadi melalui konteks dana ZISWAF SDM kapasitas SDM

kemudian transparansi laporan keuangan dan program kemasyarakatan seperti itu yang ketiga adalah mungkin profesionalitas dalam pengelolaan aset wakaf ya dimana aset wakaf ini harus tumbuh harus produktif harus menghasilkan surplus wakaf atau keuntungan Waka bagaimana kita mampu menciptakan pengelolaan wakaf yang seperti halnya sama persis atau bahkan lebih baik dari perusahaan-perusahaan profesional yang ada di luar sana karena ini kan dana umat ya pokoknya harus ditahan alirkan manfaatnya alirkan keuntungannya artinya aset-aset wakaf yang hari ini harta benda wakaf yang diperoleh itu tugas Nazir untuk menjadikan aset produktif ini menjadi surplus dan bermanfaat buat masyarakat dan umat terutama itu butuh SDM SDM profesional profesional yang ahli di bidangnya karena mirip-mirip bisnis ya kelola pengelola aset wakaf itu karena harus produktif gitu jadi Tata kelolanya harus bagus gitu ya sdmnya bagus Kemudian yang kedua transparansinya bagus kemasyarakatan laporan keuangan dan program kemudian tata kelola lembaganya Tata kelolanya bagus kemudian apa profesional dalam mengelola harta benda Wakaf seperti itu mas

A : Baik ibu kemudian Maaf Ibu sebelumnya terkait dengan bagian-bagiannya itu ada Program operasional fundRising selain 3 itu apa ada lagi?

BS : Jadi bagiannya itu ada fundraising dana masuk lewat fundraising kemudian ke bagian support ya support ini kalau di kita ada tiga hal kalau konteksnya wakaf ya kita ngomongin ya dana masuk level kemudian dicatat dan dikelola oleh divisi keuangan tim supportnya Kemudian untuk Apa Sorry fundraising itu ada dua mas ada dua kanal ya Jadi kita ada namanya resource mobilization waqf itu menghimpun dana wakaf kemudian dioptimasi oleh

campaignnya oleh kolaborasi oleh divisi marketing marketing komunikasi atau marcom yang membuat membuat desain-desain campaign agar naik ke Billboard baliho ke media-media Nah itu disupport oleh tim marcom marketing komunikasi kemudian keuangannya akan dikelola oleh divisi keuangan dan masuk lagi ke divisi penyaluran namanya ppw itu ppw pengembangan penyaluran dan pengembangan wakaf divisi ppw ini yang bagian program yang saya bilang tadi program-program itu kita namanya penyaluran dan pengembangan wakaf dia yang bertanggung jawab atas harta benda wakaf milik Nazir yang dikelola secara profesional untuk menghasilkan surplus wakaf seperti itu mas dan ujungnya adalah mauquf alaih.

A : Kemudian dari sarana prasarananya tadi yang Ibu sudah jelaskan dari ambulans rumah sakit terus lembaga kesehatan cuma-cuma ya gue LKS layanan Kesehatan rumah sakit darurat otomatis APD dll apa ada yang lain

BS : Engga mungkin itu aja

KEY PARTNERSHIP

A : Mungkin masuk ke Partnership Saya sedikit mengulas untuk mitranya berarti yang tadi di komunitas perusahaan yang beberapa yang tadi ibu

Sebutkan

BS: iya partnership itu banyak ya, perusahaan, Yayasan, BUMN kemudian ormas gitu ya komunitas kemudian jaringan sekolah jaringan kampus itu masih di partnership

A : Berarti itu mereka partnershipnya itu dalam semua hal ya dalam hal fundrasingnya dan juga dalam hal pendistribusiannya juga bisa bermitra

BS : Pendistribusiannya kita tapi nanti kita laporannya

A : Jadi misalkan ada satu komunitas mengajukan kita mau wakaf ini ke dompet dhuafa nanti mereka membantu dari segi fundraising nya dan menyerahkan dana wakaf itu ke dompet dhuafa

BS : Betul didistribusikan oleh kami dan kami akan melaporkan dalam bentuk dokumen pendistribusian

A : kemudian manfaatnya itu seberapa besar sih bagi dompet dhuafa dengan kemitraan-kemitraan itu sendiri?

BS : Kalau hari ini tuh yang menjadi poin utama kita nggak bisa kerja sendiri Mas ini kan gerakan kebaikan ya gerakan kebaikan itu intinya Ya kita harus banyak berkolaborasi dengan semua stakeholder yang ada di masyarakat apa tahun kolaborasi Ya Allah sih setiap tahun kita momen kolaborasi dengan menggandeng sebanyak-banyaknya Mitra dengan banyaknya Mitra dengan banyaknya partnership gerakan kebajikannya itu akan maksimal gitu ya gerakan kebaikan dalam hal ini konteksnya penanganan covid ya covid itu nggak selesai sama pemerintah enggak selesai sama dompet dhuafa gitu Ya tapi kan Bagaimana kita bisa menyelesaikan covid hari ini gitu ya Indonesia termasuk bagus Penanganannya karena kolaborasi tadi kolaborasi dan kolaborasi jadi aksi bersama ya antara dompet dhuafa dan para stakeholder donatur dan masyarakat seperti itu

A : Kemudian Berdasarkan pengalaman ketika covid bu, program yang lebih banyak diminati oleh para Mitra itu sendiri?

BS : Penanganan covid ya untuk penanganan covid maksudnya?

A : Dalam hal ini apakah programnya program pengadaan Alkes atau program ambulansnya itu sendiri

BS : Semuanya semuanya diminati yang penting itu covid dan itu penanganan ya kemarin itu banyak donasi masuk ambulans dapat 7 gitu ya kemudian Apa itu alat kesehatan juga banyak donasi alat kesehatan waktu rumah sakit juga sama gitu ya pokoknya program kesehatan ya Seluruhnya itu termasuk yang program-program terkait edukasi edukasi bagaimana kita nggak sampai kena terpapar itu kalau misalnya apa yang harus dilakukan masyarakat jadi dari edukasi sampai program-program apa penanganan covid itu semua laku diminati oleh masyarakat dan mereka berdonasi

A : Terus untuk kriterianya kriteria khusus untuk menjadi Mitra dompet dhuafa?

BS : Tidak

A : Siapapun bisa ya?

BS : Wakaf tuh seluruh masyarakat nazirnya itu harus muslim Nazir ya nazirnya harus muslim harus orang Islam tapi donatur dan penerima manfaatnya tidak harus non muslim boleh donatur wakaf non muslim boleh gitu Karena kan wakaf itu kan kalau zakat Iya punya islam punya kita yang muslim karena 2,5% ada di Qur'am tapi kalau wakaf donatur non muslim mau wakaf ambulance atau wakaf alkes boleh gitu kemudian penerima manfaat dia non muslim boleh juga yang kena topik bukan muslim eee semua bisa menjadi donatur DD untuk konteks wakaf

COST STRUCTURE

A : Kemudian masuk ke struktur biaya apa aja sih Bu yang menjadi biaya tetap ketika pandemic?

BS : Fix Cost ya kalau konteks nya rumah sakit ya biaya-biaya medis ya biaya medis kemudian dokter dan pasien itu bisa di dokter-dokter dan paramedis itu kalau kita karena blendid fighting maksudnya rumah sakit kita itu tidak semuanya dibiayai oleh wakaf asetnya ia dari wakaf rumah sakitnya dari wakaf karena harus untuk aset tapi pengobatan pasiennya kemudian apa gaji dokternya bisa diambil dari infaq atau dana surplus pengembangan wakaf jadi kalau fix cost nya operasional tadi yang kalau konteks wakaf 10%

A : Kalau untuk variabel cost nya?

BS : Mungkin untuk biaya-biaya operasional kalau udah ngomongin operasional ya dari surplus itu untuk Operasional operasional itu apasih? Ya biaya listrik di kantor ya kemudian operasional bensin kendaraan Kalau ngomongin operasional itu udah bukan wakaf ya kan 10 persennya dari surplus itu bukan pokok wakaf surplus itu masuknya kategorinya infaq pokok wakafnya ya di aset tadi untuk operasional kantor sih paling buat gaji boleh gitu pokoknya 10% itu gitu bisa dibagi-bagi

A : Dari surplus itu ada nggak sih yang dialokasikan mungkin seperti tunjangan?

BS : Engga engga, kalau gaji mungkin iya

MISSION VALUES

A : Masuk ke mission values mungkin apasih bu tujuan jangka panjang yang diharapkan dompet dhuafa dari distribusi wakaf selama covid tadi itu?

BS : Kita berharap kebermanfaatan program Wakaf Kesehatan dompet dhuafa itu bisa sustainable ya secara jangka panjang untuk untuk kesehatan terutama untuk kaum dhuafa yang ada di Indonesia baik saat covid ataupun setelah covid karena konteksnya wakaf itu bentuknya ada aset aset-aset program kesehatan bisa bentuk fisik rumah sakitnya bisa bentuk alat kesehatannya ventilatornya atau ambulans dalam jangka panjang ya kita berharap saat covid sampai pasca covid setelah covid selesai dan berapa Tetep bisa memberikan kontribusi besar dan jangka panjang kepada masyarakat terutama kaum dhuafa yang mungkin tetap bisa mengakses

A : Berarti untuk jangka panjangnya kurang lebih yang saya tangkap dalam pandangan mungkin saat ini ketika covid kurangnya akses kesehatan seperti rumah sakit dan lain sebagainya berarti tujuan jangka panjang yang diharapkan dompet dhuafa itu untuk membangun lebih banyak rumah sakit di daerah-daerah yang memang belum mudah terjangkau akses kesehatan gitu ya?

BS : Bukan, bukan bangun banyak rumah sakit mas itu jadi kita kalau rumah sakitnya kita kalau untuk di daerah ya kan kita bisa kolaborasi kolaborasi dengan banyak entitas masyarakat untuk bisa kolaborasi Nazir di daerah gitu ya bukan bangun rumah sakitnya tapi kebermanfaatan program kesehatan konteksnya wakaf hari ini di seluruh daerah di Indonesia baik itu bentuknya tidak harus Rumah Sakit misalnya klinik gitu ya klinik atau Askes kesehatan akses kesehatan fasilitas kesehatan yang bisa diakses oleh kaum dhuafa di daerah itu bisa terjangkau

A : Kemudian langkahnya bagaimana Bu dalam proses mencapai tujuan jangka panjang tersebut?

BS : Kita mengepakkan sayap ya dengan 17 cabang Dompot Dhuafa yang ada di seluruh Indonesia sedang berikhtiar untuk bisa penetrasi lebih dalam lagi terkait penguatan wakaf di Dompot Dhuafa cabang di seluruh Indonesia karena wakaf itu masih 10% dari penghimpunan zakat ya Secara literasi wakaf juga masih jauh sekali masih bisa berkembang lebih besar lagi pemahaman terkait wakaf ini kemasyaratan jadi kita memaksimalkan edukasi wakaf di masyarakat di daerah-daerah di seluruh Indonesia agar tidak hanya meleak zakat tetapi meleak wakaf juga gitu bahwa wakaf ini keberlangsungannya kebermanfaatannya itu sangat penting sangat efektif buat kemaslahatan umat jangka panjang jadi Dompot Dhuafa kita pertama meningkatkan edukasi literasi wakaf di daerah seluruh Indonesia yang kedua adalah mewujudkan tadi apa program-program berbasis wakaf yang berkelanjutan dan sustainable jangka panjang di seluruh Indonesia bahkan sampai keluar negeri gitu mas.

OBJECTIVES

A : Sekarang berbicara jangka pendek bu, dari program-program yang dilakukan ketika covid itu apa sih bu harapan jangka pendeknya dengan melakukan beberapa program tersebut?

BS : Sehat ya saat covid ya? saat covid ya Kita pingin pasien-pasien itu berkurang ya saat itu karena tujuan jangka pendeknya bagaimana covid itu cepat hilang dengan kita ikut berkontribusi program pemerintah untuk penanganan covid Dompot Dhuafa itu turun berharap covid itu segera hilang

dari Indonesia ya masyarakat bisa new normal bisa beraktivitas kembali secara normal sehat seperti itu jangka pendek ya Jadi semakin berkurang pasien covid di rumah sakit kami semakin bahagia kita berarti covidnya udah mau hilang

A : Berarti langkahnya tadi ya bu dengan mendirikan rumah sakit darurat?

BS : Iya klinik-klinik kita kolaborasi dengan klinik-klinik didaerah dengan cabang-cabang dompet dhuafa di daerah gitu semua berkontribusi dalam penanganan covid

IMPACT MEASURES & OUTPUT MEASURES

A : Kemudian lanjut ke impact measures, Apa sih Bu misi yang dimiliki oleh dompet dhuafa itu?

BS : Kita Alhamdulillah hari ini sudah 29 tahun ya kalau usia orang itu 29 tahun udah fase apa tuh Mas udah nikah belum? udah fase bisa dikatakan dewasa ya mateng ya jadi dompet dhuafa itu punya visi dan misi ya kalau kita ngomongin apa sih misinya jangan ke misi dulu visinya apa gitu jadi Visi dari Dompet Dhuafa itu terwujudnya masyarakat adil dan makmur ini visi kita di 2003 dan selanjutnya ya ke depan kemudian kalau kita ngomongin masyarakat adil dan makmur adil itu apa sih ya suatu tatanan menuntut agar semua sumber daya itu dimanfaatkan untuk diwujudkan dalam menjalankan syariat Islam kemudian melindungi harta serta melindungi keturunan Makmur dalam hal ini berarti berkecukupan tidak berkekurangan tadi ya Dompet Dhuafa punya visi mustahik to muzakki bagaimana mustahik yang kita berikan dari dana ziswaf itu bisa berubah menjadi Muzakki dan dia bisa apa ya meneruskan gerakan kebaikan dengan ikut berdonasi atau ikut membantu kembali

zakat, infak, sedekah, wakaf dan menyalurkan kembali ke dompet dhuafa atau ke masyarakat lainnya yang tidak mampu dengan itu endowment fund nya umat gitu ya akan menjadikan masyarakat itu adil dan Makmur jadi visi dompet dhuafa itu terwujudnya masyarakat adil dan makmur dan tadi nanyain visi misi ya misi dompet dhuafa ada 4 misi Mas yang pertama mengoptimalkan pemanfaatan zakat infak sedekah dan wakaf atau ziswaf ya untuk memberdayakan kaum dhuafa atau mungkin kaum miskin agar bebas dari belenggu kemiskinan kemudian misi kedua misi kedua dan kedua Apa itu melakukan pembelaan dan pemberdayaan untuk mendorong transformasi masyarakat berbasis keadilan misi ketiga mewujudkan pelayanan pembelaan dan pemberdayaan yang berkualitas dan berkesinambungan serta berdampak pada kemandirian masyarakat yang berkelanjutan misi ke-4 dompet dhuafa mewujudkan berkelanjutan mewujudkan keberlanjutan organisasi melalui tata kelola yang baik sesuai dengan prinsip good corporate governance serta pemenuhan prinsip syariah dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi

A : Kemudian dari misi-misi tersebut Apakah sejauh ini Dompet Dhuafa sudah mampu mencapai misi-misi tersebut?

BS : Bisa dikatakan sudah ya dan kita berproses terus untuk mempertahankan itu agar visi misi itu tetap terjaga dan sesuai dengan amanah Dompet Dhuafa yang saya sebutkan.

A : Kalau begitu apa sih Bu sejauh ini evaluasi yang didapat dari proses mencapai misi tersebut?

BS : Evaluasinya ya dalam proses mencapai misi-misi tersebut dalam merealisasi tersebut Adakah evaluasinya Bu yang bisa kita petik Dalam proses inovasi sejauh ini evaluasinya mungkin butuh komitmen yang berkelanjutan agar visi misi ini secara jangka panjang tetap terjaga istiqomah dalam apa Memegang teguh visi misi yang dibuat untuk dijalankan untuk diaplikasikan dan output toolsnya itu tadi tercapai menciptakan masyarakat adil dan makmur gitu ya dan terutama tadi ya mendukung pemerintah bahwa kemiskinan itu tidak hanya selesai dalam dompet dua apa saja lebih banyak kolaborasi lebih luas lagi dengan masyarakat lagi ya kolaborasi kolaborasi dengan banyak berarti dengan dikatakannya bahwa dompet dhuafa mampu mencapai misi-misi tersebut secara tidak langsung bisa kita katakan bahwa dompet wafat sudah merepresentasikan visinya untuk mencapai lembaga yang adil makmur

GOVERNANCE

A : Bagaimana sih regulasi utama yang dimiliki oleh proses distribusi wakaf Khususnya ketika covid regulasi khusus yang dilakukan yang dibuat dompet dhuafa khususnya dalam proses pendistribusian wakaf ketika covid?

BS : Kita mengutamakan akses masyarakat di yang terjangkau di seluruh titik pelayanan kita yang ada di Indonesia jadi jangan sampai kita membantu yang jauh jadi dengan Kenapa ada hotline ada posko darurat kita menerima masyarakat itu kita dalam rangka mempercepat proses pengambilan keputusan Ya misalnya dia pasiennya ada di daerah Surabaya

A : Selanjutnya Ada nggak sih Bu dewan atau komite semacam dewan pengawas syariahnya Bu yang dibentuk dompet dhuafa untuk membuat aturan

utama supaya pendistribusian dan wakaf itu sesuai dengan kaidah-kaidah syariah?

BS : Internal sendiri dan dewan pengawas Syariah Indonesia ada direksi atasnya lagi ada pengurus kemudian di atasnya lagi itu ada dewan pengawas Syariah gitu ya dalam penguasaan Syariah kita dan di atasnya lagi ada dewan Pembina itu founding father-nya pendiri dompet dhuafa itu bapak farmi Hadi begitu Jadi kalau sudah berlapis-lapis

A : Kemudian berkaitan dengan regulasi secara umum menurut Ibu apakah regulasi yang ada regulasi Indonesia terhadap wakaf itu sendiri sudah cukup atau belum?

BS : Regulasilasi Indonesia dalam hal ini bahwa badan wakaf Indonesia regulasi badan tentang wakaf ya kalau secara umum di Indonesia ini diatur oleh namanya regulator Bank Indonesia ya kalau bank itu dia bank Indonesianya itu hanya regulator kan pemberi kebijakan pengatur kebijakan bank-bank tapi dia tidak operator jadi dia tidak fungsi operator hanya regulator saja nah hari ini BWI seperti itu badan wakaf Indonesia itu sebagai regulator utama di Indonesia yang mengatur semua regulasi terkait wakaf dan turunannya

A : Tapi menurut Ibu apakah regulasi yang dibuat oleh BWI itu sendiri sudah cukup untuk perkembangan wakaf kedepannya atau masih belum?

BS : Kalau dari sisi regulasi mungkin masih bisa di akomodir ya tetapi dari sisi mungkin apa ya kapasitas dan seorang apa sebuah lembaga Indonesia harus menangani apa memberikan regulasi serta menangani ketika terjadi sampai tawakal dan lain-lain di seluruh Indonesia itu resourcea kurang buat saya

resourcenya ya sumber dayanya gitu Karena kan belum mumpunilah harus menangani virus yang banyak ini di seluruh Indonesia jadi itu sih catatannya mungkin kapasitasnya lebih lebih lebih mumpuni kemudian secara volume juga resourcenya harus ditambah gitu ya agar menjangkau sampai apa plosok-pelosok di seluruh Indonesia gitu karena hanya satu regulator badan-badan wakaf Indonesia yang menangani wakaf di Indonesia hari ini secara pemerintah hari ini kalau kita ngomongin Nazir Nazir itu ada 400 lebih Nazir di Indonesia jadi kalau kita berkaca pada semua regulator tergantung di bagaimana pemerintah mengatur kan kalau kita ngomongin Singapura Kalau hari ini mungkin sangat timpang ya belum Belum apa ya nggak sebanding dengan Nazir yang ada gitu ya kapasitasnya efektivitasnya juga ya Tergantung Bagaimana negara ini memprioritaskan wakaf ini sejauh mana apa ya kontribusinya buat membangun negeri ini gitu Padahal kalau kita berkaca pada efektivitas wakaf negara-negara yang sudah berkembang secara pengelolaan wakafnya kita bisa lihat wakaf di Turki kita bisa wakaf di Mesir bahkan di Mesir itu negara sampai ngutangnyanya ke lembaga wakaf ya berarti kan wakaf itu di sana dikelola secara regulasinya itu sangat efektif ya untuk mendongkrak bahwa lokasi itu untuk apa solusi buat pembangunan masyarakat madani membentuk masyarakat madani menjadi solusi perekonomian umat itu bisa seperti itu bagaimana wakaf dikelola di Kerajaan Arab Saudi Singapura nah Indonesia ini belum belum sampai ke sana saya lihat gitu ya belum peran BWI harusnya lebih aktif lagi dan bagaimana 200-300 juta penduduk Indonesia ini

bagaimana wakaf itu bisa menjadi alternatif sumber ekonomi umat itu belum
belum lihat saya

A : Mungkin pertanyaan sebelum terakhir Bu tadi ibu mengatakan bahwa
sendiri ada DSN internal dan juga diawasi oleh DSN MUI ingin ditanyakan tuh
bagaimana sih Bu bentuk pengawasan yang dilakukan oleh DSN itu sendiri
ataupun DSN MUI?

BS : Dompot dhuafa ada izin sebagai LAZ dan izin sebagai Nazir izin sebagai
LAZ kita setiap tahun melaporkan sebagai Nazir Nazir pengelolaannya
penerimaan dan segala macam kita melaporkan setiap tahun ke badan wakaf
Indonesia ke BWI setiap tahun gitu jadi kita juga sekaligus supervisi oleh BWI
diawasi oleh BWI gitu dan alhamdulillah sih hari ini dan berdoa pilih Ya
maksudnya kemarin juga kita mendapatkan penghargaan jadi Nazir terbaik dari
badan wakaf Indonesia dan kita jadi kita jadi apa portofolio Nazir terbaik lah
yang lain yang ada di Indonesia termasuk kalau dewan Syariah internal itu
setiap bulan sekali kita aja ketemu dengan dewan Syariah rutin Prof Amin itu
hadir ke kami gitu ya kita konsultasi Kemudian beliau memberikan arahan gitu
arahan arahan terkait lembaga terkait pengawasan ini boleh juga boleh secara
fiqihnya seperti apa seperti itu

A : Mungkin masuk ke pertanyaan terakhir, mungkin tadi sedikit sudah
terjawab tapi barangkali ada jawaban lain terkait dengan dampak dari strategi
distribusi yang dilakukan ketika covid tadi ibu dengan beberapa programnya itu
dampaknya apa aja Ibu selain tadi yang Ibu katakan diakui sebagai Nazar

terbaik oleh BWI itu apakah mungkin distribusi dana wakafnya semakin meningkat atau yang lainnya?

BS : Mungkin ya dampaknya adalah Trust masyarakat semakin tinggi sehingga secara penghimpunan melihat rasnya dari mana kita bisa mengukur dari donasi yang masuk gitu ya saya bisa bacakan sedikit apa penghimpunan capaian kita dari tahun ke tahun ya 5 tahun ke belakang ya jadi itu ada kenaikan yang signifikan covid itu tahun berapa ya 2019 2020 itu penghimpunan wakaf kita 16,6 miliar kemudian 2021 itu naik jadi 30,2 miliar 50% ya maksimal kolaborasi tidak hanya wakaf ya Tapi semua habis-habisan tuh bantu semua untuk penanganan konflik ini naik signifikan dari 16,6 di 2020 2021 20,2 miliar itu artinya kan donasi masyarakat ini 30,2 miliar 2021 ini tidak hanya wakaf melalui uang tapi ada wakaf aset juga misal tadi ada yang donasi Alkes alat kesehatan bentuknya wakaf itu kita catat wakaf gitu ada yang donasi ventilator gitu ya untuk yang alat kesehatan ya kita catat sebagai kesehatan seperti itu mas jadi akhirnya kita akumulasi itu ada 30,2 miliar Nah pandemi covid kan sekarang 2022 sudah mulai turun sudah enggak ada kan Ya nah masyarakat itu tinggi itu apa 2022 ini Januari sampai Desember ini terhimpun 41,1 miliar jadi naik 36,6% dari tahun kemarin jadi kalau tahun kemarin 41,1 naiknya 36,06% gitu Jadi ini menunjukkan bahwa apa ya trust masyarakat sudah mulai tumbuh gitu ya efek dari pandemi covid kemarin gitu Bagaimana masyarakat secara maksimal kolaborasi dengan banyak stakeholder kolaborasi internal kolaborasi apa camping tidak hanya zakat tetapi tidak hanya wakaf tapi wakaf semua

berkolaborasi untuk penanganan konflik sehingga menaikkan trust masyarakat
plus donasi masyarakat

2. Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Ir. H. Juanda No. 95, Ciputat 15412, Indonesia

Telp.: (62-21) 7496006, 7493318 FAX. : (62-21) 7496006
Website : www.feb.uinjkt.ac.id e-mail: feb@uinjkt.ac.id

Nomor : B- 1477/F.8/PP.00.9/ 10 /2022
Lamp : -
Hal : Izin Penelitian

Jakarta, 7 Oktober 2022

Kepada Yth :
**Kepala Dompot Dhuafa
Jl. Warung Jati Barat No.14
Jati Padang Kecamatan Pasar Minggu
Jakarta Selatan - 12540**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami sampaikan bahwa :

Nama : **Arfi Silmi**
Jurusan/Semester : Ekonomi Syariah / 9
N I M : 11180860000054
No Telpn : 085211180128

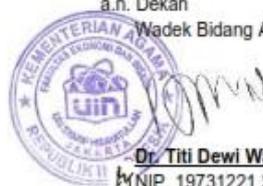
Adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, sehubungan dengan penelitian skripsi berjudul: "**Business Model Canvas Manajemen Distribusi Dana Wakaf Tunai Era Covid 19 Pada Dompot Dhuafa**", mahasiswa tersebut memerlukan izin penelitian di lembaga atau perusahaan yang Bapak/Ibu/Saudara pimpin. Oleh sebab itu kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menerima mahasiswa tersebut dan memberikan bantuannya.

Demikianlah atas perhatian dan bantuan serta kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan

Wadek Bidang Akademik,

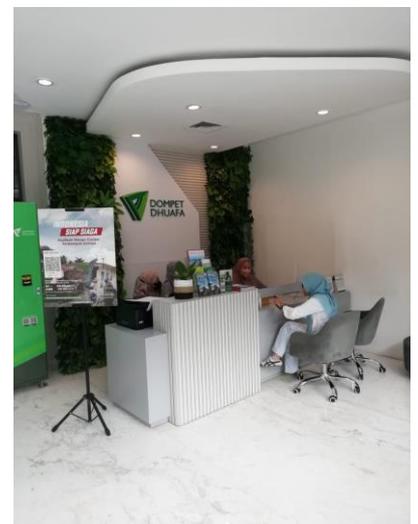
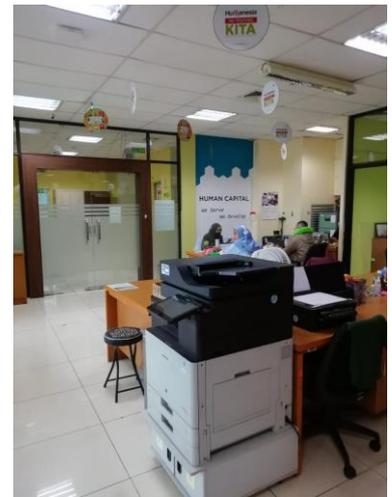
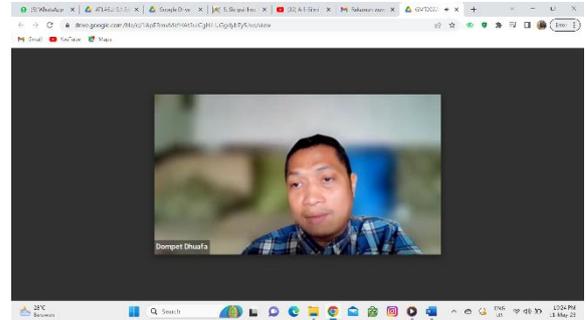


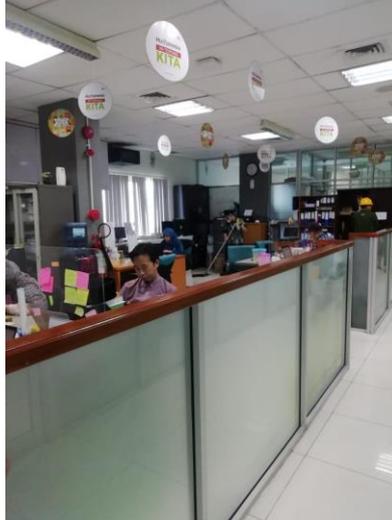
Dr. Titi Dewi Warninda, SE., M. Si
NIP. 19731221 200501 2 002

Tembusan:
Dekan FEB UIN Jakarta

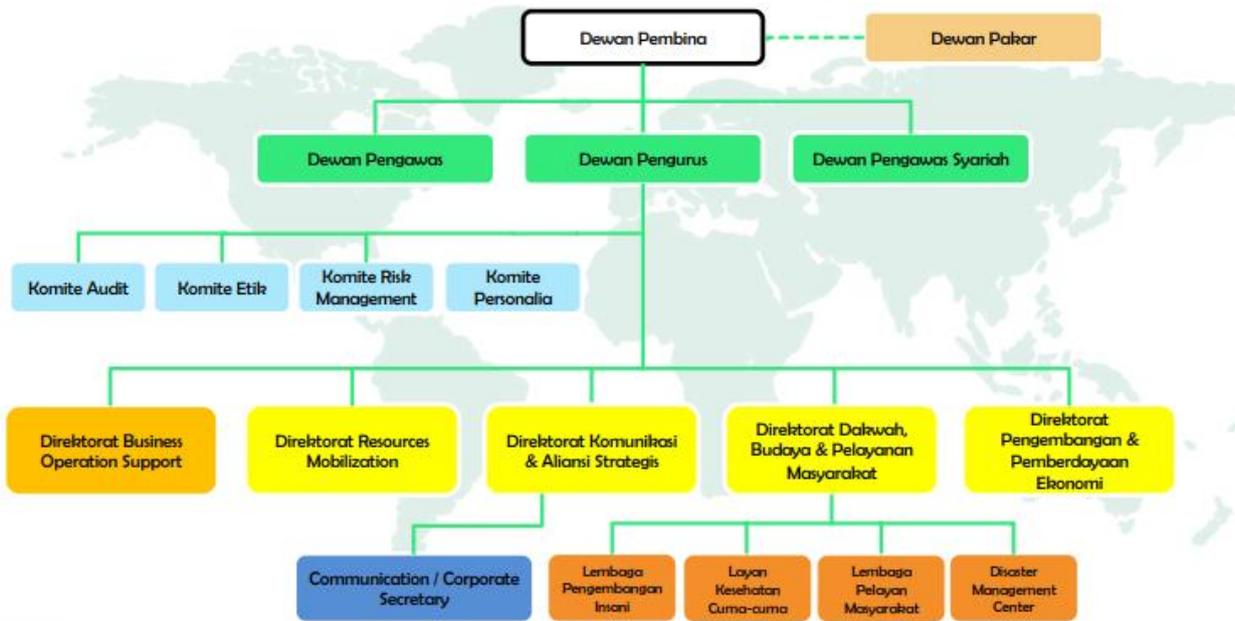


3. Dokumentasi





Struktur Yayasan Dompot Dhuafa Republika



www.dompethuafa.org

Alamat Kantor Dompethuafa

KANTOR PUSAT

DOMPET DHUAFa
Philanthropy Building,
Jl. Warung Jati Barat No. 14, Jatipadang
Pasar Minggu, Jakarta Selatan, +62 21 7821292
www.dompethuafa.org
corporatesecretary@dompethuafa.org

KANTOR CABANG DALAM NEGERI

DOMPET DHUAFa ACEH
Jl. T. Imuem Lueng Bata No.61C, Lueng Bata,
Lamseupeung, Banda Aceh 23247

DOMPET DHUAFa WASPADA (SUMATRA UTARA)
Jl. Kapten Muslim, Komplek Kapten Muslim Business
Point Blok E No. 17, Medan Helvetia, Medan, Sumatera
Utara

DOMPET DHUAFa RIAU
Jl. Arifin Ahmad, Komplek Perkantoran Soekarno Hatta
Center Blok D 10, Marpoyan Damai, Pekanbaru, Riau

DOMPET DHUAFa KEPULAUAN RIAU
Ruko Botania 2 Blok B18 No.10, Batam Center, Batam,
Kepulauan Riau 29464

DOMPET DHUAFa SINGGALANG
Jl. Juanda No. 31C, Pasar Pagi, Rimbo Kaluang, Padang
Barat, Padang, Sumatera Barat

DOMPET DHUAFa BENGKULU
Jl. Angrek No. 10, RT 004 RW 002, Nusa Indah, Ratu
Agung, Bengkulu

DOMPET DHUAFa SUMATRA SELATAN
Jl. Basuki Rahmat No.1607E, Kemuning, Pahlawan,
Palembang, Sumatera Selatan

DOMPET DHUAFa LAMPUNG
Jl. Teuku Umar No.44, Sidodadi, Kedaton, Bandar
Lampung, Lampung 35123

DOMPET DHUAFa BANTEN
Jl. K.H. Sokhari No.4C, Sumur Pecung, Serang, Banten

DOMPET DHUAFa JAWA BARAT
Jl. R.A.A. Marta Negara No.22A, Turangga, Lengkong,
Bandung, Jawa Barat 40264

DOMPET DHUAFa JAWA TENGAH
Jl. Pamularsih Raya No.18 C, Bojongsalaman, Semarang
Barat, Semarang, Jawa Tengah 50143

DOMPET DHUAFa JOGJA
Jl. Madubronto No.35, Patangpuluhan, Wirobrajan,
Yogyakarta 55251

DOMPET DHUAFa JAWA TIMUR
Jl. Rungkut Mutiara B-24, Kompleks Ruko Grand City
Regency, Rungkut Tengah, Gunung Anyar, Surabaya
60294

DOMPET DHUAFa KALIMANTAN TENGAH
Sekolah Sahabat Alam, Jl. Perintis/Bandar Utama,
Panarung, Pahandut, Palangka Raya, Kalimantan Tengah

DOMPET DHUAFa KALIMANTAN TIMUR
Komp. Ruko BB Blok B1 RT 55 (Depan Masjid Namirah)
Damai Baru, Damai, Balikpapan Selatan

DOMPET DHUAFa SULAWESI UTARA
Lingk. 1, Lapangan (Depan Masjid Hijrahtussalam),
Mapanget, Manado, Sulawesi Utara

DOMPET DHUAFa GORONTALO
Jl. Moh Yamin RT.03 RW 02, Limba B, Selatan, Gorontalo

DOMPET DHUAFa SULAWESI TENGGARA
Jl. Dr. Sam Ratulangi no. 74, Korumba, Mandonga,
Kendari, Sulawesi Tenggara 93112

DOMPET DHUAFa SULAWESI SELATAN
Jl. AP. Pettarani No. 24 (Samping Gedung PWI Sulsel),
Tamamaung, Panakkukang, Makassar, Sulawesi Selatan

DOMPET DHUAFa MALUKU UTARA
Jl. Falajawa Puncak, RT. 012/RW.006, (Depan Mushola
Al-Burhan Pagar Cat Warna Merah), Jati Perumnas,
Ternate Selatan, Ternate, Maluku Utara

DOMPET DHUAFa MALUKU
Komplek Ruko Pasar Perumbas Waiheru, Jl. Laksdy
Wattimena, RT 004 RW 002, Desa Waiheru, Baguala,
Ambon, Maluku

DOMPET DHUAFa BALI
Jl. Kampus Ngurah Rai, Gg. Lely No. 4, Saba Penatih,
Denpasar Timur, Denpasar, Bali

DOMPET DHUAFa NUSA TENGGARA TIMUR
Jl. Bhakti Karang RT 24 RW 08 Fatululi, Oebobo Kupang,
Nusa Tenggara Timur

DOMPET DHUAFa PAPIUA BARAT
BMT AL-HIJRAH, Jl. Jend. Sudirman No. 25 C, Remu
Selatan, Manoi, Sorong, Papua Barat

DOMPET DHUAFa PAPIUA
Jl. Abe Pantai - Tanah Hitam, Asano, Distrik Abepura,
Jayapura, Papua 99351

KANTOR CABANG LUAR NEGERI

DOMPET DHUAFa AUSTRALIA
178 South Terrace, Bankstown, New South Wales 2200

DOMPET DHUAFa HONGKONG
116 Leighton Road, Flat D 3/F Lei Shun, Causeway Bay

DOMPET DHUAFa KOREA SELATAN
Masjid Al Ikhlas Yongin, Baekokdae - Ro 1137 3rd floor,
Cheheon-gu, Yongin si, Gyeonggi-do

DOMPET DHUAFa JEPANG
Johnson Building 4FS104445, 17-12 Sakuragaoka-cho,
Shibuya 150-0031 Tokyo

DOMPET DHUAFa USA
4445 Corporation Lane Suite 264, Virginia Beach, VA,
23462 - 3262

Prestasi & Penghargaan Dompethuafa 2022

 **Pemenang Terbaik II kategori Filantropi**
Indonesia SDG's Action Award 2022

 **Penghargaan Kontribusi dalam Pelaksanaan Pengukuran Indeks Zakat Nasional dan Kaji Dampak Zakat 2022**
BAZNAS 2022

 **Layanan Terbaik Kategori Lembaga Filantropi**
Anugerah Syariah Republik Indonesia 2022
Harian Umum Republik

 **The Best Employee Value & Performance dan The Best Recruitment**
Human Capital on Resilience Excellence Award 2022

 **Mitra Pembangunan Kemendikbudristek (Sekolah Literasi Indonesia)**
Balai Besar Guru Penggerak Sumatera Utara

 **Apresiasi sebagai Lembaga Pendukung Gerakan Fundraising**
Indonesia Fundraising Award 2022
Institut Fundraising Indonesia

 **Fundraising Zakat Terbaik Bintang Empat**
Indonesia Fundraising Award 2022
Institut Fundraising Indonesia

 **Fundraising Wakaf Produktif Terbaik Bintang Empat**
Indonesia Fundraising Award 2022
Institut Fundraising Indonesia

 **Kontribusi dalam Perlindungan Khusus Anak Bagi Yatim, Platu, dan Yatim Platu Korban Covid-19**
Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak RI (KemenPPA)

 **Bronze Medal (Guru SMART Ekselensia)**
International Research Teacher Competition (IRTC)
Universitas Pendidikan Ghanesa

 **Fundraising Relationship Management Terbaik Bintang Lima**
Indonesia Fundraising Award 2022
Institut Fundraising Indonesia

 **Fundraising Program Kesehatan dan Lingkungan Terbaik Bintang Lima**
Indonesia Fundraising Award 2022
Institut Fundraising Indonesia

 **Nazhir Terbaik**
BWI Award 2022
Badan Wakaf Indonesia

 **Penghargaan Perdana RS Mata Berbasis Wakaf di Indonesia**
Badan Wakaf Indonesia

 **Apresiasi Pengadaan Forum Halaqoh Quran (FHQ)**
Jeneponto Award 2021
Pemda Jeneponto

* dan masih terdapat beberapa penghargaan lainnya yang diterima oleh Dompethuafa



BADAN WAKAF INDONESIA

SURAT TANDA BUKTI PENDAFTARAN NAZHIR

Nomor Pendaftaran : 36.74.3.1.00001
Nazhir : Yayasan Dompot Dhuafa Republika
Alamat : Jl. Ir. H. Juanda No. 50 Ciputat Indah
Permai C 28-29 Ciputat Tangerang
Selatan Telp. (021) 7416050
Fax. (021) 7416070

Jakarta, 16 Juni 2011

Wakil Ketua,


Drs. KH. A. Hafidz Utsman

NO. SERI : 0192



BADAN WAKAF INDONESIA

SURAT TANDA BUKTI PENDAFTARAN NAZHIR

Nomor Pendaftaran : 3.3.00100

Nazhir Wakaf Uang : YAYASAN DOMPET DHUAFI REPUBLIKA

Alamat : Gedung Philantropy, Jl. Warung Jati Barat No.14
RT/RW 003/005, Kel. Jati Padang, Kec. Pasar Minggu,
Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12540.
Telp. 021-7821 292. Fax.021-7821 333
Website: www.dompethuafa.org

Ditetapkan di Jakarta

Pada tanggal: 11 Februari 2020

Berlaku s/d : 11 Februari 2025

Ketua Badan Pelaksana,



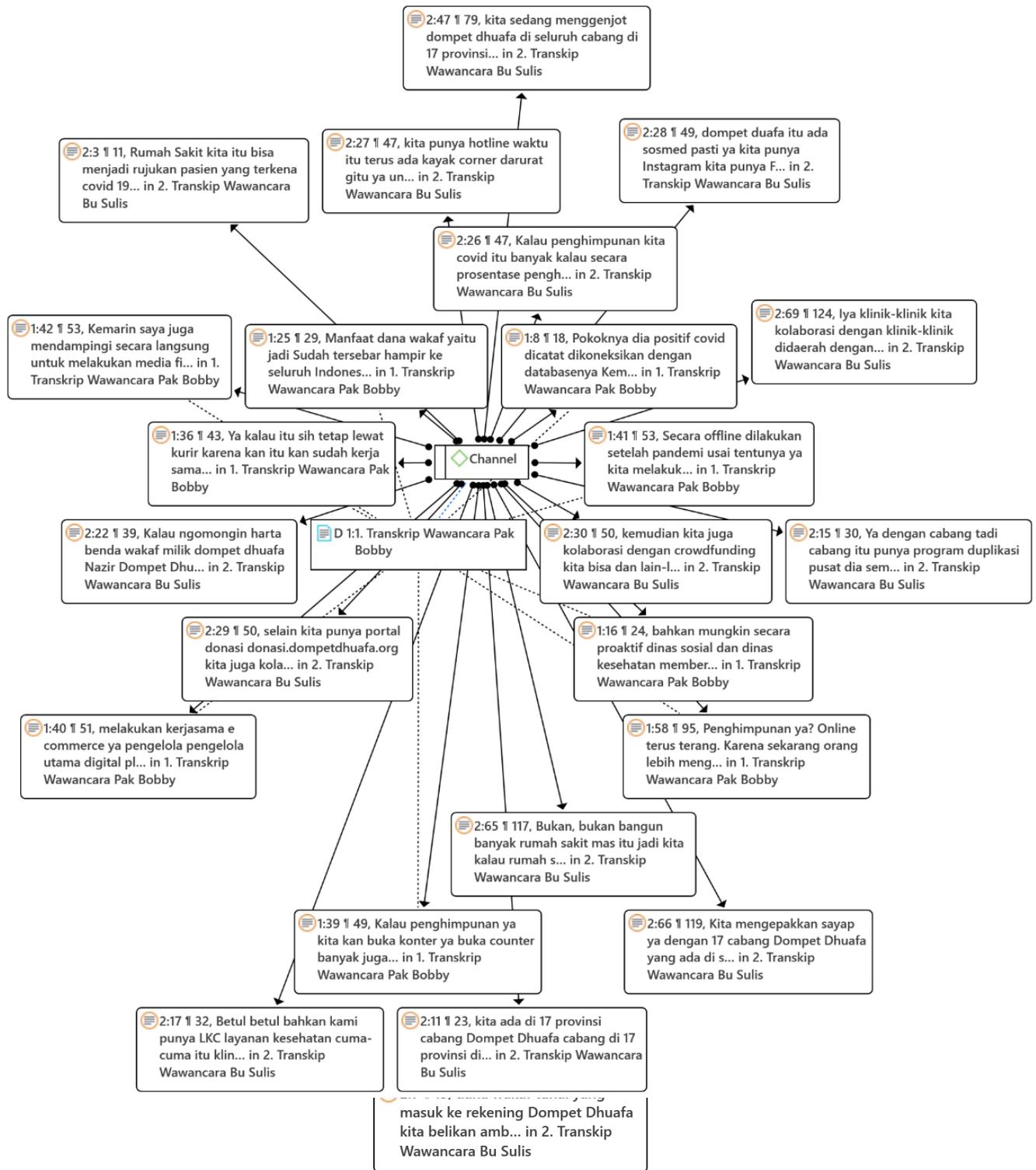
Prof. Dr. Ir. H. Mohammad NUH, DEA

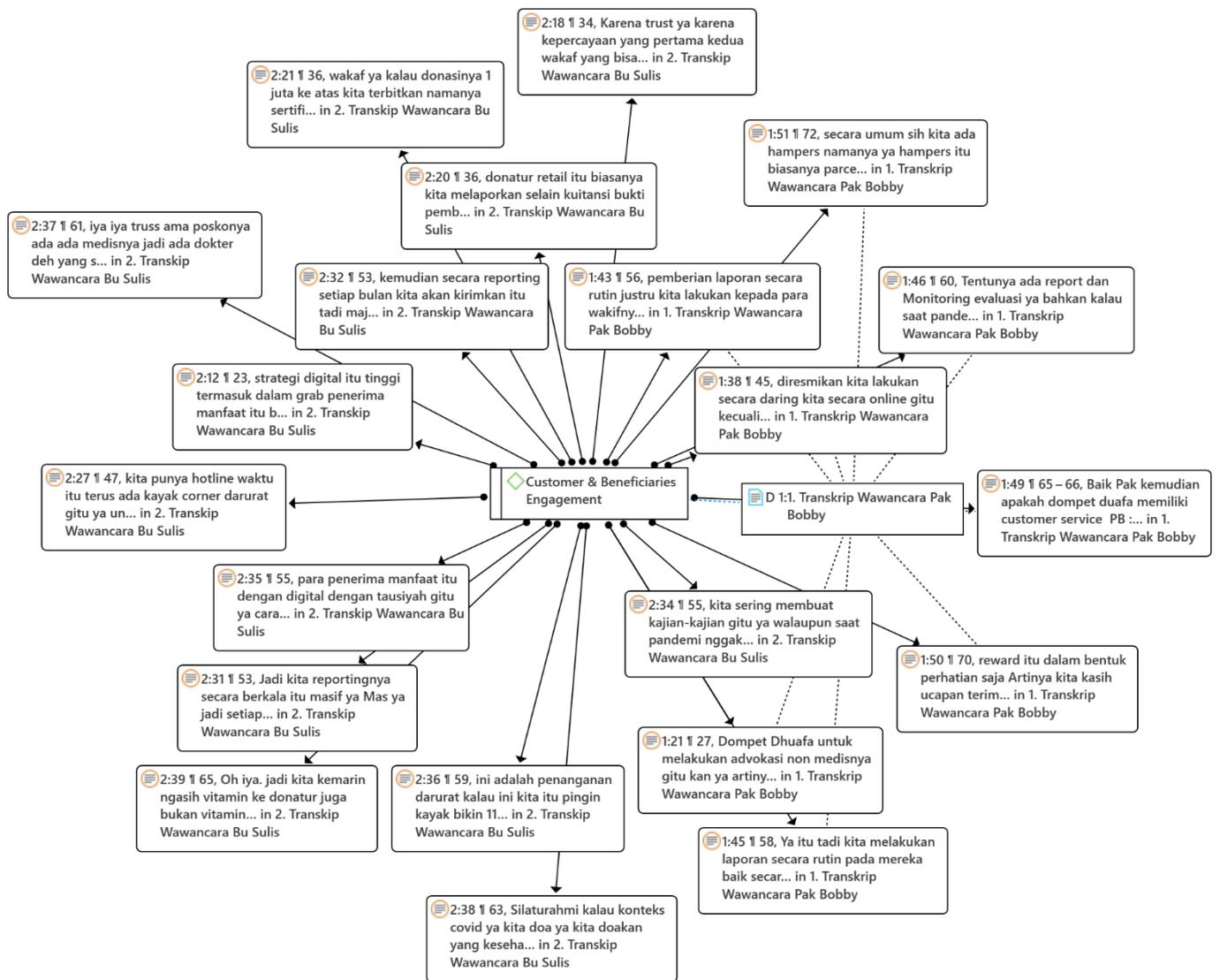
4. Hasil Analisa BMC

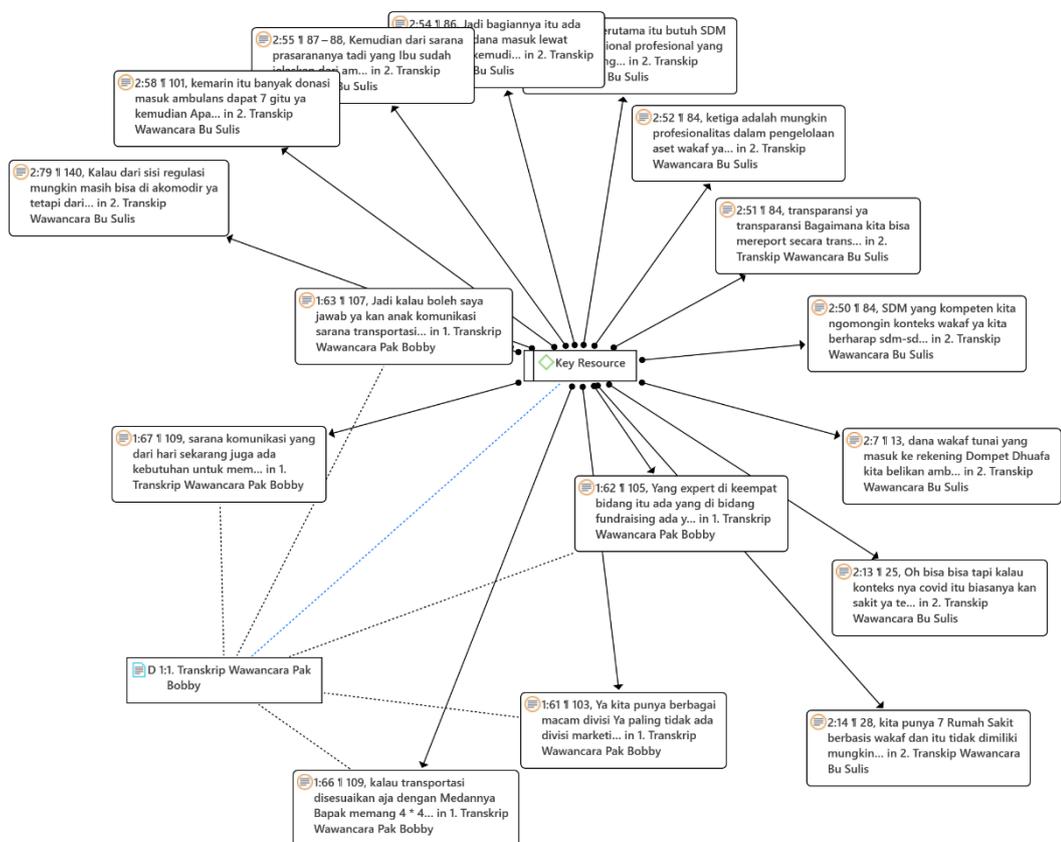
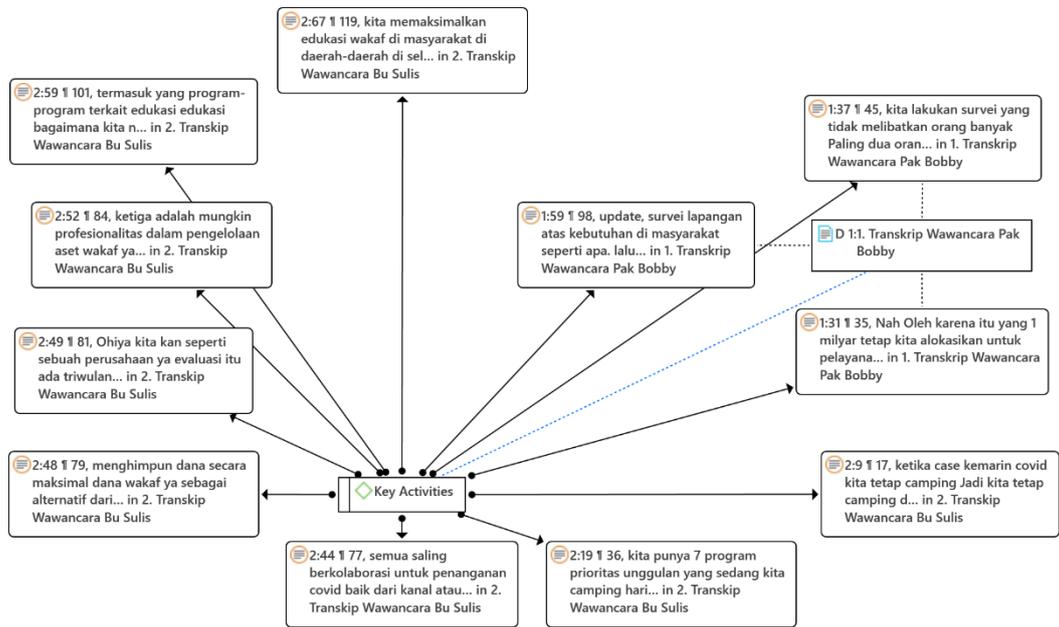
<p>GOVERNANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> Regulasi Mengutamakan akses masyarakat yang terjangkau diseluruh titik pelayanan Semua yang terjangkau covid dapat menerima manfaat wakaf 	<p>Regulator</p> <ul style="list-style-type: none"> Direksi Pengurus Dewan Pengawas Syariah Dewan Pembina 					
<p>NON-TARGETED STAKEHOLDERS</p> <ul style="list-style-type: none"> Internal <ul style="list-style-type: none"> Dompot Dhuafa Medika Lembaga Pengembangan Insani Lembaga Kesehatan Cuma-cuma Eksternal <ul style="list-style-type: none"> Perusahaan Yayasan BUMN Ormas Jaringan Sekolah / Kampus 	<p>KEY RESOURCES</p> <ul style="list-style-type: none"> Ases <ul style="list-style-type: none"> Rumah sakit / Klinik Alat kesehatan Working group Kendaraan operasional Kendaraan khusus Bencana Keuangan <ul style="list-style-type: none"> Laporan keuangan 	<p>KEY ACTIVITIES</p> <ul style="list-style-type: none"> Update kebutuhan masyarakat Survei lapangan Menyebarkan campaign Penghimpunan 	<p>CHANNELS</p> <ul style="list-style-type: none"> SDM <ul style="list-style-type: none"> Makrom Finansial Keuangan Legal PPW Kantor cabang Social media Klinik Facebook Live tiktok 	<p>CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> Report berkala ke wakif seremoni donasi Blasting edukasi wakaf Majalah suara cema kegiatan sosial wakif Pengawasan melalui tim cordona Perubahan 	<p>CUSTOMER & BENEFICIARIES ENGAGEMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> Live tiktok Reels IG story Portal donasi e-commerce Crowdfunding Perusahaan Komunitas Yayasan BUMN Platform M Banking Platform meeting Platform online Konter offline Vendor akses Kurir Platform 	<p>CUSTOMER & BENEFICIARIES</p> <ul style="list-style-type: none"> Siappapun yang terjangkau Covid 19 Merujuk kepada 8 asnaf
<p>MISSION VALUES</p> <ul style="list-style-type: none"> Kebermanfaatkan program Dompot Dhuafa yang sustainable Peningkatan taraf hidup dari mustahik menjadi muzakki 	<p>SOCIAL VALUE PROPOSITION</p> <ul style="list-style-type: none"> Penerima Manfaat Dilakukan mid assessment Program promotif Program preventif Layanan jemput pasien Bantuan masa recovery Lembaga kesehatan Medicine covid 19 Memanggil RS dan alkes sendiri Lembaga kesehatan cuma-cuma Rumah sakit darurat Sinegritas dana ZISWAF Pewakif Laporan konsolidasi donasi 	<p>IMPACT MEASURES</p> <p>Mewujudkan pelayanan, pembelaan dan pemberdayaan yang berkualitas dan berkesinambungan serta berdampak pada kemandirian masyarakat yang berkelanjutan</p>				
<p>OBJECTIVES</p> <ul style="list-style-type: none"> Pasien berkurang Penanganan yang cepat Pandemi Covid 19 segera berakhir Kehidupan kembali normal Kontribusi program pemerintah 	<p>OUTPUT MEASURES</p> <p>Terwujudnya masyarakat adil makmur</p>	<p>COST STRUCTURE</p> <ul style="list-style-type: none"> Fix Cost <ul style="list-style-type: none"> Biaya Tim Medis Variable Cost <ul style="list-style-type: none"> Biaya Listrik Kantor Benah Kendaraan Gaji karyawan Biaya operasional / program Biaya pengelolaan aset 	<p>INCOME</p> <p>Maksimal 10% dari surplus wakaf dan 5% dari pokok wakaf (untuk operasional)</p>			

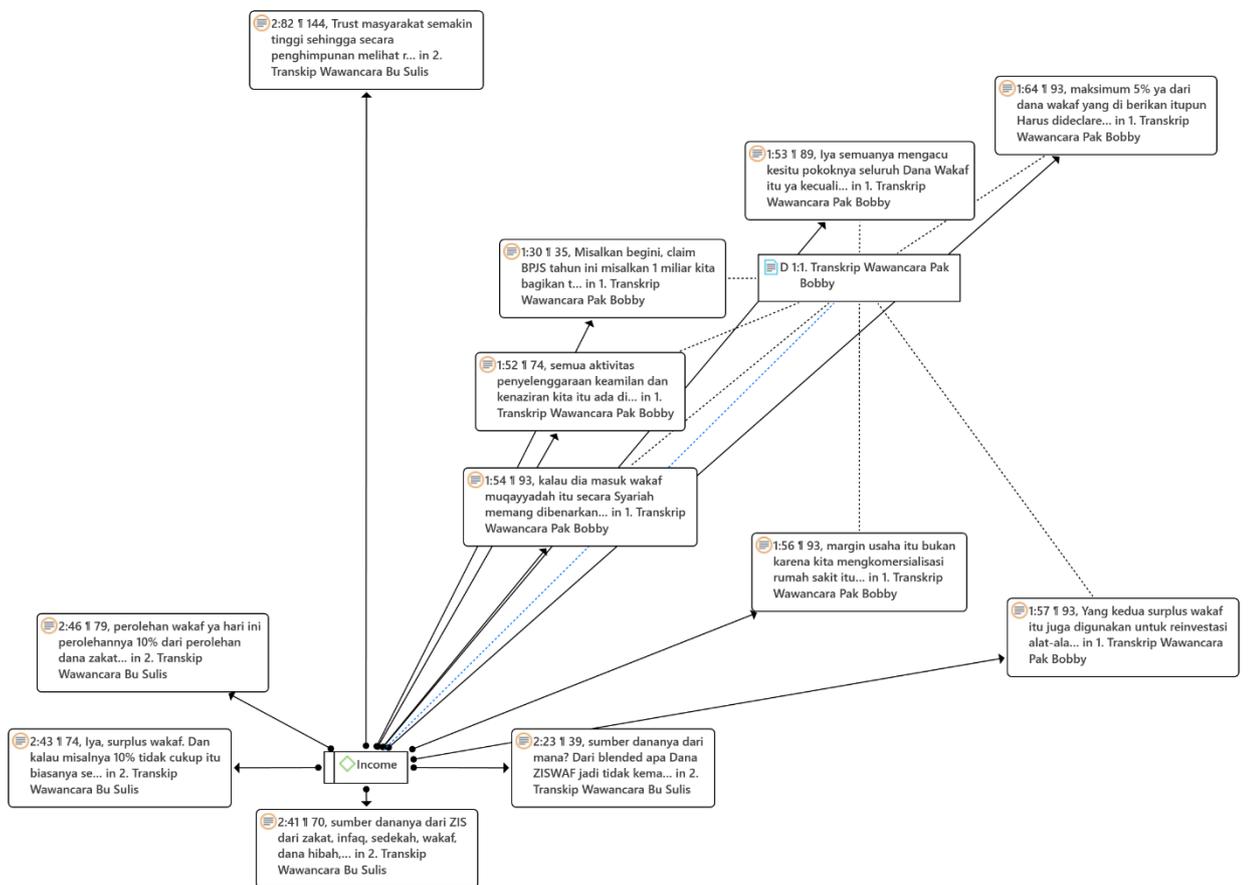
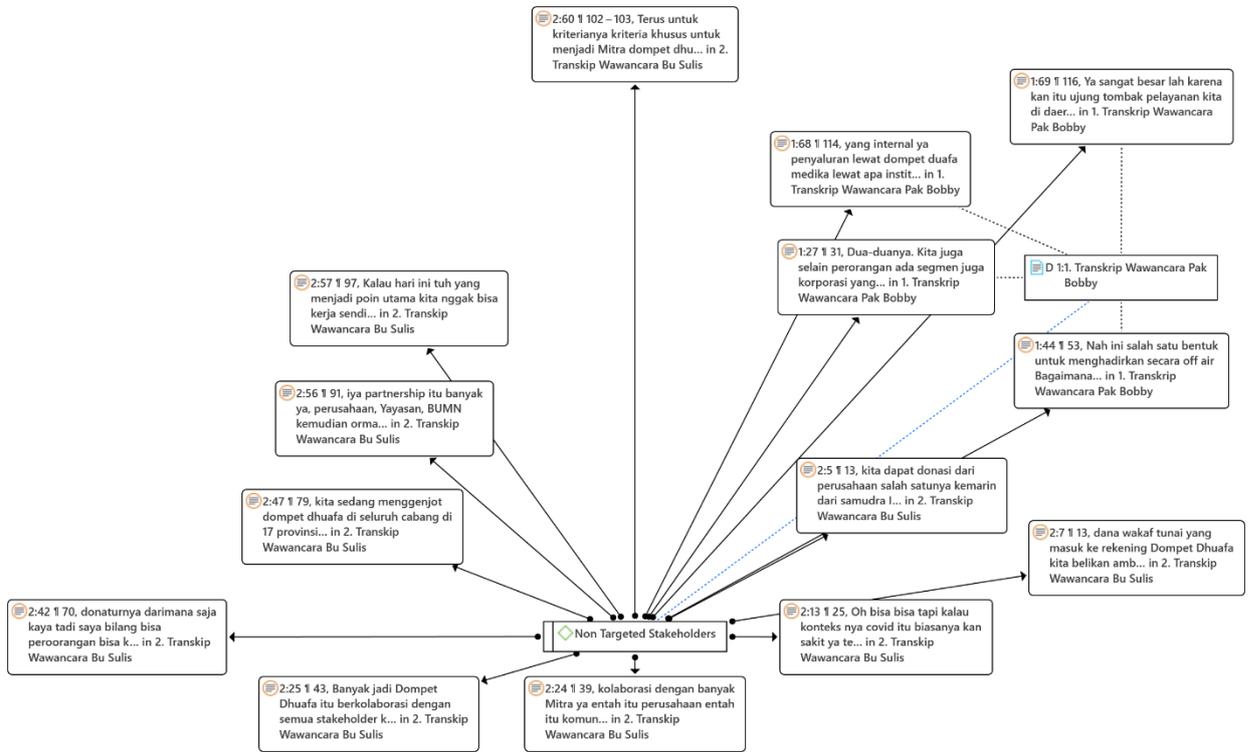
5. Hasil Network Analisa Atlas Ti

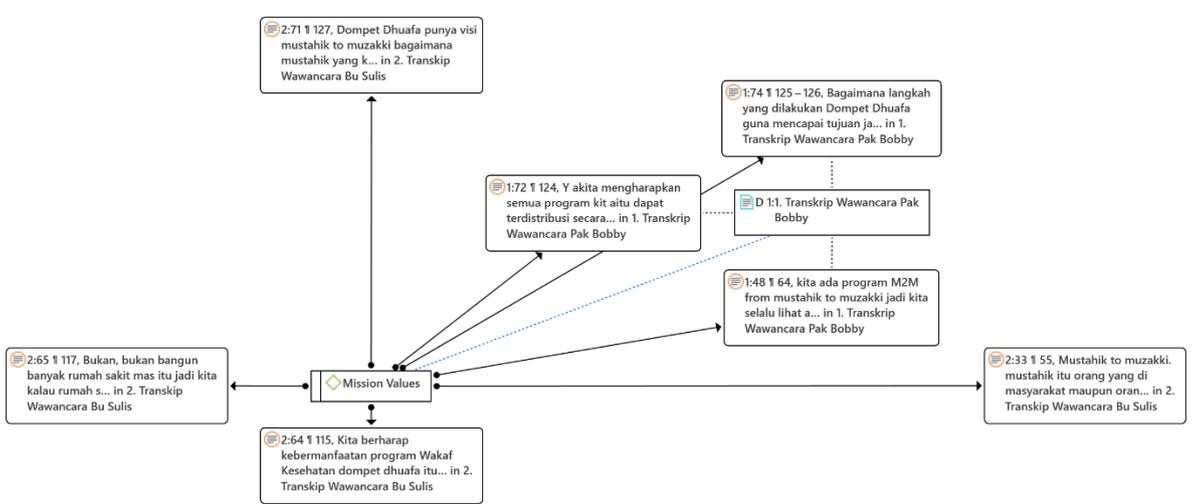
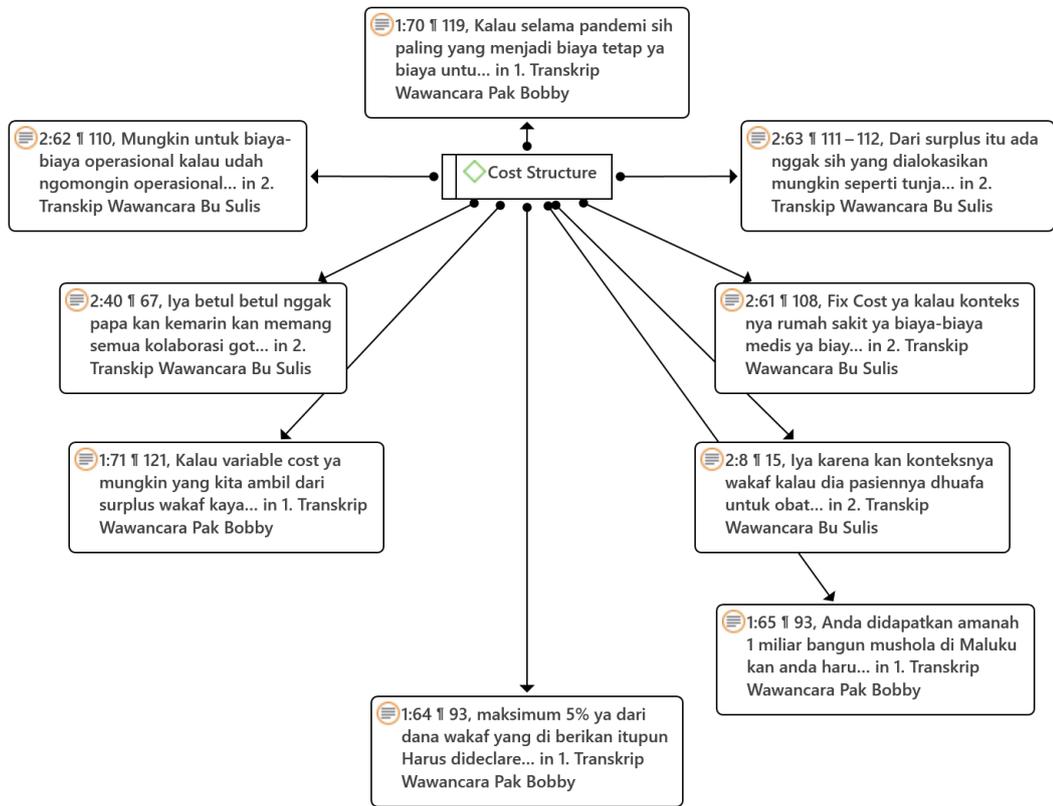
1) Narasumber 1

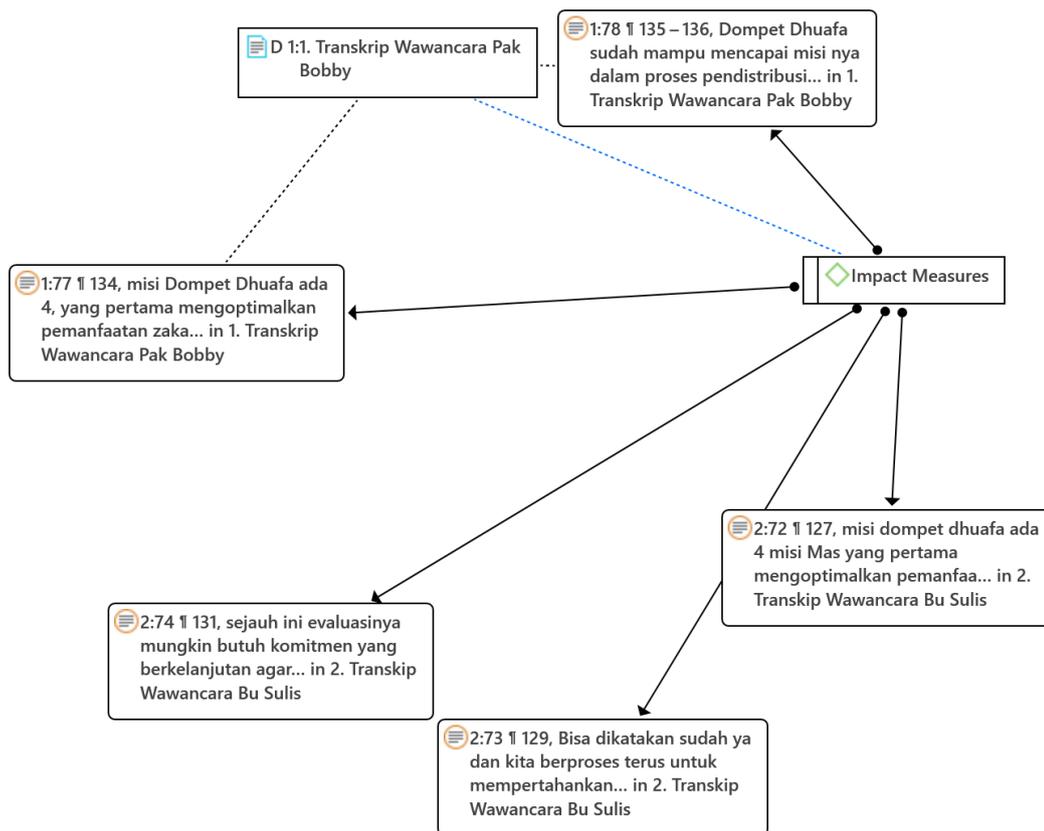
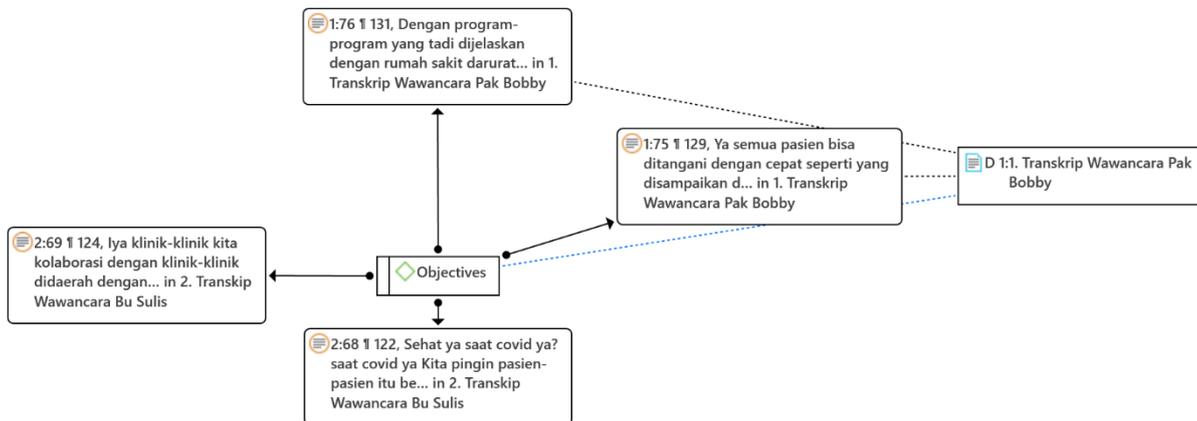


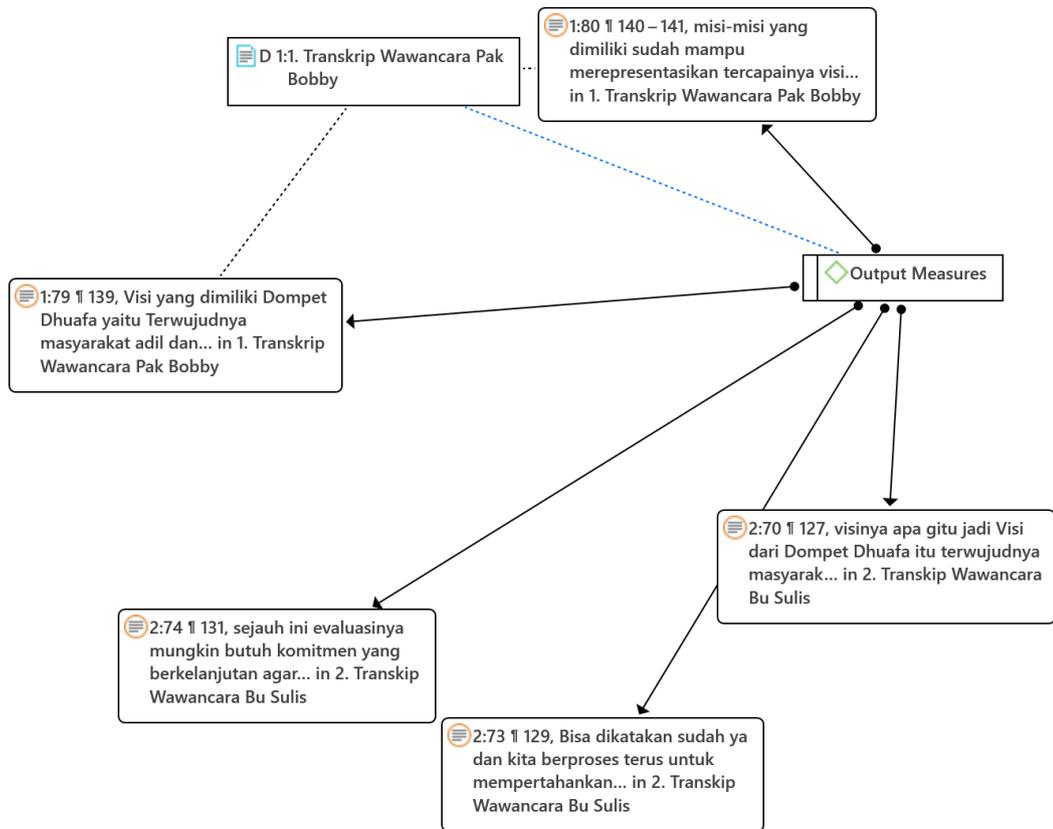


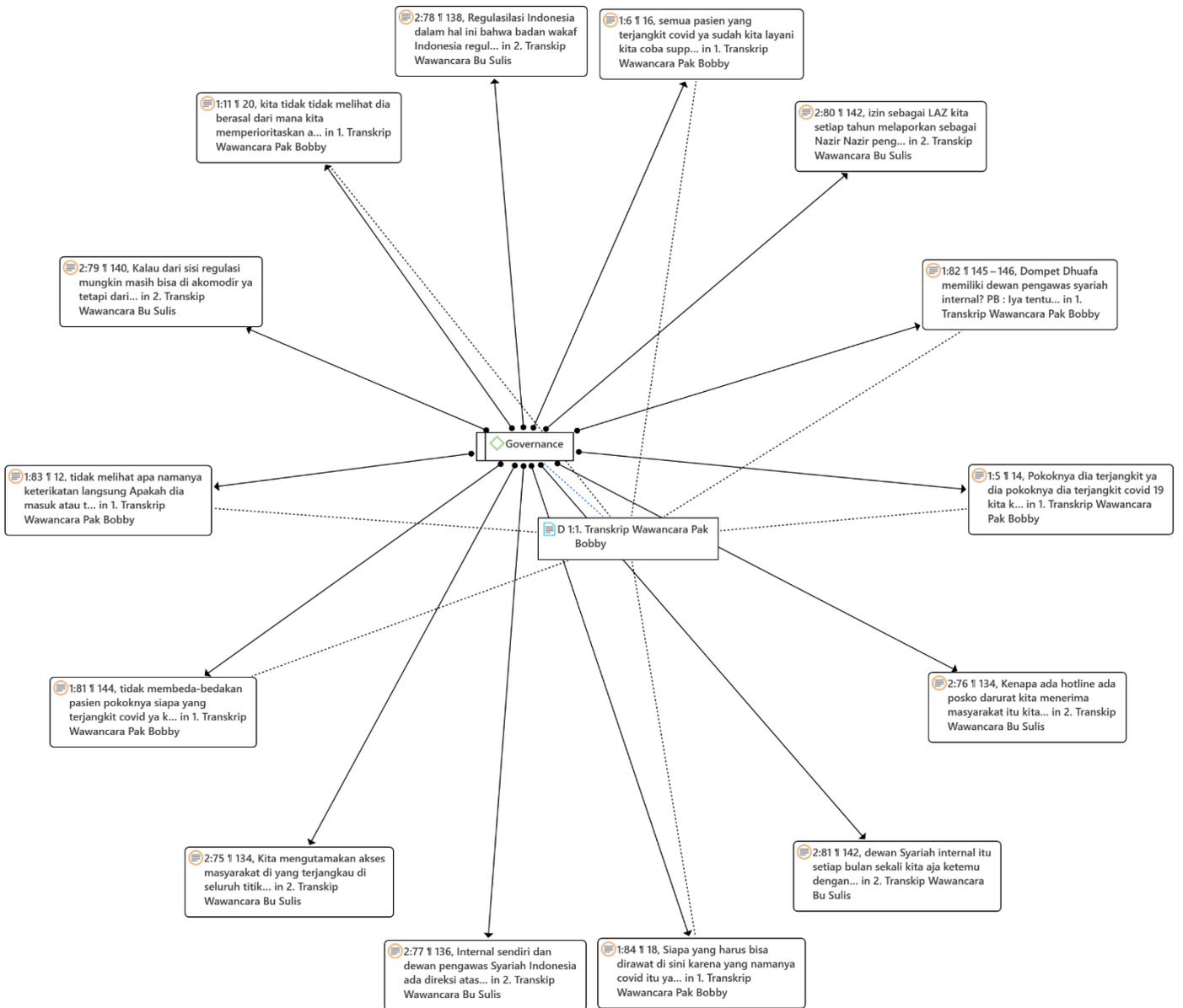












2) Narasumber 2

