

MODEL MANAJEMEN FUNDRAISING WAKAF PADA YAYASAN DANA SOSIAL AL FALAH (YDSF) SURABAYA

*Miftahul Huda**

Abstract: *Nazīr autonomous and continuity is always needed to share out properties donated for religious or community use (wakaf product) continuously. This assumption actually needs wakaf's properties and fund sources to increase fundraising model of wakaf. This article is to investigate fundraising model of wakaf through conventional resources, assets productivity, and 'in-link' of wakaf at YDSF Surabaya. The writer uses qualitative descriptive approach to seek the field data from a single case. Findings show that "Yayasan Dana Sosial al-Falah" (YDSF) Surabaya applies not only fundraising management of wakaf to improve resource fundraising model for collecting conventional resources but also grant fundraising to enrich wakaf distribution program. YDSF does not empower asset fundraising model yet, so it is at direct management cluster category.*

Keywords: *Sadaqah Jāriyah, al-Habs, Management Fundraising of Wakaf, Corporate Social Responsibility.*

PENDAHULUAN

Gagasan didirikannya Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF) Surabaya, bermula dari keinginan beberapa pengurus

* Jurusan Syari'ah STAIN Ponorogo.

Yayasan Masjid Al Falah Surabaya, untuk meneruskan kebiasaan yang dilakukan oleh H Abdul Karim (Ketua Yayasan Masjid Al Falah pertama). Beliau hampir setiap hari setelah melaksanakan shalat Subuh, berkeliling di daerah pinggiran kota Surabaya untuk melihat keadaan Masjid/Musholla yang sedang dibangun. Apabila bangunan tersebut belum selesai bahkan terbengkalai, ia segera menghubungi beberapa donatur muslim untuk diajak bersama-sama menyelesaikan pembangunan tersebut.¹

Dari kebiasaan itu, muncul ide untuk membentuk lembaga yang dikelola dengan baik dan berfungsi sebagai lembaga sosial. Yayasan Dana Sosial al Falah (YDSF) didirikan 1 Maret 1987, pada awalnya adalah sebagai lembaga penggalangan dan pendayagunaan dana yang amanah dan profesional sebagai lembaga pengelola infak dan sedekah saja. Dalam perkembangan berikutnya, YDSF dikukuhkan menjadi lembaga amil zakat (LAZ) nasional oleh Menteri Agama Republik Indonesia dengan SK No. 523 tanggal 10 Desember 2001 menjadi entitas yang menaruh perhatian pada pelayanan sosial, sehingga aktifitas YDSF lebih meluas dan berkembang. YDSF selanjutnya merespon masyarakat menjadi *nāzīr* wakaf dengan menerima dan menyalurkan harta wakaf yang diamanatkan kepada YDSF, mulai tahun 2006 sampai sekarang.

Penggalangan donatur termasuk *wāqif* sampai akhir tahun 2009, YDSF telah menghimpun lebih dari 93.000 donatur (khusus YDSF Surabaya) dengan berbagai potensi, kompetensi, fasilitas, dan otoritas dari kalangan birokrasi, profesional, swasta, dan masyarakat umum telah terajut

¹ Agus Yanto dkk., *Sepuluh Tahun YDSF* (Surabaya: Dunia Ilmu, 1997), 20.

bersama YDSF membentuk komunitas peduli *mustahiq*.² Capaian ini tidaklah mudah, dibutuhkan manajemen yang profesional khususnya manajemen penggalangan dana/daya dan manajemen pendayagunaannya untuk mengembangkan lembaga YDSF ini.

Dalam mengelola penggalangan sumber daya, penggunaan metode *fundraising* adalah sangat bervariasi dan seringkali berubah searah dengan berkembangnya YDSF dan peluang yang mudah untuk dikerjakan baik itu melalui individu maupun kelompok. Media yang biasa digunakan adalah majalah, *brosur*, *leaflet*, surat kabar, media elektronik, *special event* dan sebagainya. Ada juga dengan *open table* (gerai) pengumpul infak, sedekah, zakat dan wakaf, seperti acara penerimaan wali murid, membuat konter kecil, adanya pengajian dan acara Ramadhan. Sedangkan dari sumber perorangan bisa dikategorikan donatur rumah, lembaga atau organisasi perkantoran dan karyawan perusahaan. Sedangkan dilihat areanya bisa dari dalam negeri ataupun luar negeri, khusus luar negeri adalah para tenaga kerja Indonesia yang bekerja di Hongkong, Korea dan sebagainya (Hasil Wawancara). Penghimpunan sumber-sumber dana/daya termasuk wakaf oleh YDSF sangatlah berkembang ini terbukti penerimaan sumber tersebut sampai mencapai 30 Milyar lebih untuk tahun 2009 saja.³

Sedangkan dalam mengelola pendayagunaan melalui divisi penyaluran atau pendayagunaan dana dalam program-program yang dilakukan YDSF adalah: bidang pendidikan dan yatim, bidang dakwah dan masjid, serta bidang kemanusiaan. Ketiga program penyaluran di atas

² M Maksum, *Hasil Wawancara*, 16 Juli 2010.

³ Lihat Laporan Tahunan YDSF 2009.

dikonsentrasikan pada 5 bidang garap utama yaitu: 1) meningkatkan kualitas pendidikan, 2) merealisasikan dakwah Islamiyah, 3) memakmurkan masjid, 4) memberikan santunan kepada yatim piatu, dan 5) menyalurkan bantuan kemanusiaan.⁴

Wakaf dalam YDSF, menurut Maksu “sebenarnya kalau mau menerima sudah sejak dari dulu-dulu”. Tetapi baru empat tahun terakhir YDSF menerima berupa harta tidak bergerak seperti tanah di daerah Sidoarjo dan Gresik. Sedangkan wakaf tunai seperti di daerah Lumajang untuk pembangunan tempat ibadah atau masjid dan wakaf tunai juga untuk tujuan pembangunan sekolah di Padang. Dalam dua tiga tahun terakhir ini dikembangkan wakaf langsung berupa wakaf tunai yaitu berupa program wakaf al-Qur’ān dan al-Qur’ān *Braille* dan wakaf mobil ambulan. Akan tetapi modelnya bukanlah seperti sertifikat wakaf uang tetapi masih berupa kwintasi dan bukti apabila *wāqif* sudah menyetorkan wakaf tunai.⁵

Berkaitan dengan ketersediaan sumber daya wakaf pada *nāzir* YDSF itu, maka aktifitas *fundraising* (menggali sumber daya) wakaf menjadi suatu keniscayaan. *Fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dan sumber daya lainnya seperti *wāqif*/donatur dari masyarakat⁶ baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah yang digunakan untuk mencapai misi atau tujuan lembaga wakaf⁷ dan juga bisa dimaknai sebagai

⁴ Ibid.

⁵ M Maksu, *Hasil Wawancara*, 16 Juli 2010.

⁶ Kim Klein, *Fundraising for Social Change*, Fourth Edition (Oakland California: Chardon Press, 2001),13.

⁷ Ahmad Juwaini, *Panduan Direct Mail untuk Fundraising* (Jakarta: Piramedia, 2005), 4.

menggalang *wāqif* untuk mengembangkan usaha-usaha sosial (*social enterprise*).⁸ *Fundraising* juga berarti menjual ide, program, dan gagasan yang memberikan kemanfaatan kepada masyarakat penerima hasil wakaf. Akhirnya *fundraising* dapat menumbuhkan kepercayaan dan hubungan dengan masyarakat. Apabila sebuah *nāzir* sudah mendapatkan citra positif dari masyarakat, maka keberlanjutan program *nāzir* terus dapat bermanfaat.⁹ Karena itu, sangatlah tepat mengkaji YDSF sebagai *nāzir* wakaf relasinya dalam menggalang sumber daya (*fundraising*) wakaf. Hal ini didasarkan beberapa pertimbangan, yaitu: YDSF sebagai lembaga kedermawaan sosial Islam (infaq/sadaqah, zakat dan wakaf) bermisi untuk pelayanan sosial yang paling tua dibanding dengan lembaga yang sama, *fundraising* sebagai aktifitas utamanya, hasil sumber dana dan skala organisasi yang cukup besar.

Secara konseptual terdapat tiga kategori untuk menggalang sumber daya wakaf, yaitu: *pertama*, mengakses harta wakaf baik harta bergerak maupun tidak bergerak dari para *wāqif* masyarakat. Mengingat dalam masyarakat terdapat sumber *mawquf* (harta wakaf) baik dari perorangan, institusi, pemerintah, bisnis atau perusahaan, yang pada intinya mengharapkan masyarakat untuk menjadi *wāqif*. *Kedua*, menciptakan sumber dana/daya wakaf baru dari aset wakaf yang ada melalui produktivitas wakaf. *Ketiga* adalah mendapatkan keuntungan dari sumber daya wakaf non-

⁸ Suparman, "Strategi Fundraising Wakaf Uang", dalam *Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*, Vol. II, No. 2, April 2009, 13-30.

⁹ Michael Norton, *Menggalang Dana: Pedoman bagi Lembaga Swadaya Masyarakat* (Jakarta: Yayasan Obor), 11-16.

moneter, seperti kerelawanan/volunter, barang peralatan/in kind, *brand image* lembaga *nāzīr* dan sebagainya.¹⁰

Dari berbagai paparan di atas, maka tulisan ini berupaya menjawab permasalahan sebagai berikut: bagaimanakah metode atau model YDSF Surabaya dalam menggalang sumber dana/daya (*fundraising*) wakaf melalui sumber-sumber konvensional, produktivitas aset wakaf dan *in-kind* wakaf?

Mengkaji tentang penggalangan sumber daya (*fundraising*) wakaf sangat urgen baik dari aspek teoretis maupun praksis. Secara teoretis, pengkajian model-model *fundraising* dalam konteks wakaf mendesak untuk dilakukan dalam konteks manajemen wakaf produktif. Secara praksis, aktifitas *fundraising* wakaf tidak bisa dipisahkan dengan *nāzīr*. Agar *nāzīr* dapat berfungsi secara terus menerus dan berkelanjutan, maka *nāzīr* sebagai sebuah organisasi ataupun lembaga pengelola wakaf membutuhkan upaya menggalang sumber-sumber wakaf agar minimal dapat bertahan hidup, dan selanjutnya meningkatkan kapasitas *nāzīr* dengan memperluas dan mengembangkan visi dan misinya sesuai dengan tujuan mulia wakaf, secara kelembagaan harus mampu memproduktifkan harta wakaf, mampu membangun landasan hubungan *wāqif* dan para pendukung untuk mengembangkan *nāzīr*, dapat menciptakan organisai *nāzīr* yang efektif dan kokoh dan tentunya mendapatkan *brand image nāzīr* yang baik untuk kemandirian dan keberlanjutan visi wakaf yaitu memberikan manfaat mengalir kepada para *mustahiq*-nya.¹¹

¹⁰ Richard Holloway, *Menuju Kemandirian Keuangan* (Jakarta: Yayasan Obor 2001), 21-22.

¹¹ Norton, *Menggalang Dana*, 1-5.

SUBSTANSI WAKAF: MANFAAT YANG BERKELANJUTAN

Wakaf memiliki akar teologis yang kuat. Al-Qur'ān, meskipun tidak menyebutkan secara eksplisit istilah wakaf, jelas mengajarkan urgensi kederewanan sosial untuk berbagai tujuan yang baik.¹² Ḥadīth Nabi dan praktik Sahabat menunjukkan bahwa wakaf sesungguhnya bagian dari inti agama Islam.¹³ Namun dalam perkembangannya, institusi wakaf tidak bisa dilepaskan dari dinamika sosial, ekonomi, budaya yang mengiringi perkembangan masyarakat Islam dari masa ke masa.

Wakaf dalam bentuk yang sederhana telah dipraktikkan para sahabat atas petunjuk Nabi. Salah satu yang menjadi dasar praktik wakaf pada masa awal Islam adalah ḥadīth riwayat Ibn 'Umar. Ḥadīth ini mengisahkan 'Umar Ibn Khaṭṭāb mendapatkan sebidang lahan di daerah

¹² Dalam Al-Qur'ān, istilah "wakaf" tidak dikenal, tetapi intinya adalah sebagai bagian dari suatu perbuatan berderma (philantropi), seperti konsep khair, konsep infaq dan birr. Istilah "wakaf" dianggap semakna dengan *sadaqah jāriyah*, *al-ḥabs*, *tasbīl*. Lihat: Jaih Mubarak, *Wakaf Produktif* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), 8-9.

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

• يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

• لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

¹³ Muhammad Abū Zahra, *Muḥaḍarah fi al-Waqf* (Beirut: Dār al-Fikr al-'Arābī, t.th.), 21. Ahmad Ibrāhīm Bik, *Maḥsūrah Ahkām Al-Waqfi 'alā Madhāhib al-Arba'ah* (Kairo: Maktabah al-Azharīyah li al-Turāth, t.th.), 16-18.

subur Khaibar dekat Makkah. 'Umar hendak bersedekah dengan lahan ini menanyakan kepada Nabi perihal niatnya tersebut, dan Nabi bersabda, "jika engkau bersedia tahan asalnya dan sedekahkan hasilnya".¹⁴

Ungkapan Nabi di atas pada gilirannya menjadi landasan normatif dan doktrinal wakaf. Ḥadīth itulah kemudian menjadi inti definisi wakaf yaitu menahan asal dan mengalirkan hasilnya.¹⁵ Adapun pemilihan makna ini mengungkapkan argumentasinya: *pertama*, makna wakaf di atas langsung dikutip dari ḥadīth Nabi kepada 'Umar. Nabi adalah orang yang paling benar ucapannya dan yang paling sempurna penjelasannya dan yang paling mengerti akan sabdanya. *Kedua*, pemaknaan ini tidak ditentang oleh pendapat berbagai madhhab fiqh. Dan *ketiga*, makna ini

¹⁴ Diriwayatkan dengan berbagai redaksi yang hampir sama oleh Bukhārī (1987:II/840), Muslim (III: 1255-1256), at-Tirmizī (II: 417, Abū Dāwud (III: 116-117, Ibnu Mājah (II: 801) dan an-Nasā'ī (1420 H:VI/230-232), lebih lengkapnya lihat al-Bāqī (2006:31), adapun redaksinya adalah:

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

¹⁵ Perdebatan definisi wakaf dalam konteks madhhab fiqh dapat dilihat di beberapa referensi kontemporer. Baca: Muhammad Abid Abdullah Al-Kabisi, *Hukum Wakaf*, (Jakarta: IIMaN Press., 2004), 37-62; Zahra, *Muḥāḍarah*, 378; al-Zuhaylī, *al-Fiqh al-Islāmī*, Vol. 10, 7599-7602. Begitu juga keberajakan definisi wakaf dalam perundang-undangan di Indonesia. Lihat Mubarak, *Wakaf Produktif*, 12-13.

hanya membatasi pada hakikat wakaf saja dan tidak mengandung perincian yang dapat mencakup definisi lain, seperti niat taqarrub kepada Allah, status kepemilikan, konteks waktu dan sebagainya.¹⁶

Landasan ḥadīth ini melahirkan minimal lima prinsip umum yang membentuk kerangka konseptual dan praktik wakaf. *Pertama*, bahwa kedudukan wakaf sebagai sedekah sunnah yang berbeda dengan zakat. *Kedua*, kelanggengan aset wakaf, sehingga harta wakaf tidak boleh diperjualbelikan, diwariskan maupun disumbangkan. *Ketiga*, keniscayaan aset wakaf untuk dikelola secara produktif. *Keempat*, keharusan menyedekahkan hasil wakaf untuk berbagai tujuan yang baik. *Kelima*, diperbolehkannya *nāzir* mendapatkan bagian yang wajar dari hasil wakaf.¹⁷

Dalam konteks Indonesia dewasa ini sebagai UU No 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf Pasal 1 Ayat 1, wakaf didefinisikan sebagai perbuatan hukum *wāqif* 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 *sharī'ah*.

Hakikat wakaf dan definisi undang-undang yang lebih longgar di atas menunjukkan bahwa wakaf harus menghasilkan dan memberikan manfaat terus-menerus maka dibutuhkan fungsi-fungsi pengelolaan dan organisasi yang mandiri dan berkelanjutan. Karena itu, wakaf harus dikelola

¹⁶ Al-Kabisi, *Hukum Wakaf*, 61-62.

¹⁷ Tuti A Nadjib & Ridwal Al-Makassary, *Wakaf, Tuhan, dan Agenda Kemanusiaan* (Jakarta: CSRS UIN Jakarta, 2006), 30; Mundzir Qahaf, *Al-Waqf al-Islāmī: Taṭawwuruh, Idāratuh, Tanmiyatuh* (Damaskus: Dār al-Fikr, 2004), 52-54.

dengan manajemen yang baik dan manajemen *fundraising* dalam institusi wakaf merupakan kebutuhan awal yang tidak bisa ditawar lagi.

PRAKTIK MANAJEMEN NĀZĪR WAKAF YDSF

Total Quality Management (TQM), atau di Indonesia lebih dikenal dengan istilah MMT (Manajemen Mutu Terpadu) adalah suatu konsep manajemen yang dikembangkan sebagai usaha peningkatan produktivitas serta peningkatan kualitas barang/jasa harta wakaf.¹⁸ TQM adalah pendekatan berorientasi pada pelanggan (calon *wāqif*) yang memperkenalkan perubahan manajemen yang sistematis dan perbaikan terus-menerus terhadap proses, produk dan pelayanan suatu organisasi. Proses TQM bermula dari pelanggan (calon *wāqif*) dan berakhir pada pelanggan (calon *wāqif*) pula. Proses TQM memiliki *input* yang spesifik (keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan (calon *wāqif*), mentransformasi (memproses) *input* dalam organisasi untuk memproduksi barang atau jasa wakaf yang pada gilirannya, memberikan kepuasan kepada pelanggan (*output*).¹⁹

Hakekat TQM, menurut Sashkin & Kisser sebenarnya adalah filosofi dan budaya kerja organisasi (*philosophy of management*) yang berorientasi pada kualitas. Tujuan yang akan dicapai dalam organisasi termasuk *nāzīr* wakaf adalah memenuhi atau bahkan melebihi apa yang dibutuhkan (*needs*) dan yang diharapkan atau diinginkan oleh pelanggan (*wāqif* dan *marwqūf 'alayh*).²⁰

¹⁸ Kuat Ismanto, *Manajemen Syari'ah Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 58.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ismanto, *Manajemen Syari'ah Implementasi*, 68.

Prinsipnya, TQM adalah suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi lembaga pengelola wakaf melalui perbaikan terus-menerus atau produk jasa, manusia, proses dan lingkungannya.²¹

Dalam konteks *fundraising* wakaf misalnya, salah satu komponen TQM yang bersinggungan langsung adalah fokus pada kepuasan calon *wāqif* dan selalu menjaga pengelolaan kualitas proses. Fungsi yang bersinggungan langsung dengan calon *wāqif* biasa dikenal dengan aspek pemasaran (*marketing*) berkenaan dengan sisi permintaan-relasi dengan para *wāqif* (*demand side*), sedangkan fungsi produksi/operasi berurusan dengan penciptaan program-program *fundraising* wakaf yang menghasilkan (*supply side*).²²

Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai bagi masyarakat serta mengelola relasi masyarakat sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi organisasi dan para *stakeholdernya*.²³ Untuk menggalang dana atau sumber daya wakaf, perlu kemampuan pemasaran dan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip pemasaran juga. Manajemen pemasaran sering diungkapkan oleh Norton²⁴ dan Kotler²⁵, yang terkenal dengan *marketing mix* sebagai 5 P,

²¹ Fandi Tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Management* (Yogyakarta: ANDI, 2003), 4.

²² T Hani Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.1994), 1.

²³ Tjiptono & Diana, *Total Quality Management*, 5.

²⁴ Norton, *Menggalang Dana: Pedoman bagi Lembaga Swadaya Masyarakat*, 468-473.

²⁵ Lihat Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Marketing Management Analisis, Perencanaan dan Pengendalian* (Jakarta: Airlangga.1983), 132.

yaitu: *planning* (perencanaan), *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi).

Manajemen produksi/operasi, Handoko²⁶ mendefinisikannya sebagai serangkaian komponen yang fungsinya adalah mengubah seperangkat masukan menjadi pengeluaran yang diinginkan. Masukan menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan keluaran. Keluaran mencakup barang dan jasa yang diinginkan oleh organisasi. Artinya proses perubahan/transformasi *input* menjadi *output* untuk menambah nilai atau manfaat lebih. Proses produksi berarti proses kegiatan yang berupa: perubahan fisik, memindahkan, meminjamkan dan menyimpan. Manajemen produksi/operasi merupakan usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya-sumber daya (faktor produksi: *nāzīr*, modal, teknologi, peralatan dan lainnya) dalam proses transformasi dari *input* menjadi produk wakaf seperti program wakaf. Jika dihubungkan antara konsep produksi/operatif pengelolaan wakaf secara umum dan khususnya *fundraising* wakaf yang dilakukan oleh para *nāzīr*, adalah transformasi dari pengelolaan *fundraising* wakaf yang alami menjadi lebih profesional untuk menciptakan dan meningkatkan penghasilan atau menambah manfaat.²⁷

Dalam konteks manajemen mutu terpadu di atas, YDSF Surabaya terus menerus mengembangkan pola manajemen sebagaimana dalam konteks manajemen mutu di atas. Hal ini terlihat dalam visi dan misi, paradigma organisasi, sistem manajemen dan paradigma program YDSF sebagai berikut.

²⁶ Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, 3.

²⁷ Mubarok, *Wakaf Produktif*, 15.

Sebagai lembaga filantropi Islam, YDSF mempunyai visi menjadi organisasi pengelola zakat, infak, sedekah dan wakaf nasional terpercaya yang selalu mengutamakan kepuasan donatur (calon *wāqif*) dan *mustahiq* (*mawqūf 'alaih*). Adapun misinya adalah: *pertama*, memberikan pelayanan prima kepada donatur melalui program-program layanan donatur yang didukung oleh jaringan kerja yang luas, sistem manajemen yang rapi serta SDM yang amanah dan profesional. *Kedua*, melakukan kegiatan pendayagunaan dana yang terbaik dengan mengutamakan kegiatan pada sektor pendidikan, dakwah, yatim, masjid, dan kemanusiaan untuk menunjang peningkatan kualitas dan kemandirian umat. *Ketiga*, memberikan keuntungan dan manfaat yang berlipat bagi donatur dan *mustahiq*.²⁸

Sedangkan paradigma organisasi YDSF adalah: *pertama*, kemampuan YDSF dalam mendayagunakan dana secara amanah & professional, sehingga menghimpun dana adalah konsekuensinya dan pendayagunaan dana dilaksanakan secara syar'i, efisien, efektif & produktif. Operator pendayagunaan dana YDSF adalah para expert di bidangnya yang mewujud dalam Konsorsium Pendidikan Islam (KPI), Pusat Dakwah (PUSDA), dan Pusat Layanan Sosial Masyarakat (PLASMA). *Kedua*, YDSF adalah lembaga dakwah berbasis sosial yang amanah & profesional. Seluruh aktivitas YDSF bermuara pada dakwah dengan nilai-nilai universal dan harus memenuhi *standart operational procedur* manajemen modern. *Ketiga*, program-program pendayagunaan dana YDSF harus tepat sasaran, tepat guna dan *multiplier effect* hingga menimbulkan shadaqah jariyah

²⁸ <http://www.ydsf.or.id/program.php?mn=ps&aksi=list>, diunduh 1 September 2010.

bagi para donatur. *Keempat*, YDSF harus mampu merakit segenap potensi, kompetensi, fasilitas & otoritas donatur & masyarakat baik terkait dengan aktivitas penghimpunan dana maupun aktivitas pendayagunaan dana. *Kelima*, setiap direktorat YDSF didesain untuk menjadi model yang layak dan mudah ditiru oleh lembaga manapun. Indikator utamanya adalah setiap direktorat menjadi rujukan utama masyarakat dalam beraktivitas di bidang tersebut. *Keenam*, YDSF harus mampu menembus batas-batas sektarian dan primordialisme dalam menjalankan misi kasih sayang bagi seluruh semesta.²⁹

Adapun sistem manajemen YDSF adalah: *pertama*, sistem manajemen YDSF dibuat untuk menjamin karyawan agar senantiasa berada pada puncak ketulusan dan profesionalisme (*sincerity & professionalism*) saat bekerja hingga mampu mencapai *the outstanding results* tiap menunaikan tugas. *Kedua*, dalam membangun sistem manajemen direktorat pendayagunaan dana, peran donatur yang ahli (*expert*) di bidangnya menjadi sentral. Setiap direktorat melakukan *benchmarking* kepada institusi-institusi donatur dan jejaring YDSF. *Ketiga*, manajemen YDSF juga melakukan proses promosi, proyeksi dan nominasi SDM di level manajerial dan direksi. *Keempat*, pengelolaan direktorat pendayagunaan dana dan penghimpunan dana dibuat dalam boarding terpisah. Sehingga struktur dan SDM terutama level manajer dan direksi dapat berfungsi optimal.³⁰

Secara lebih spesifik paradigma program YDSF adalah: *pertama*, program-program YDSF berorientasi pada

²⁹ <http://www.ydsf.or.id/program.php?mn=ps&aksi=list>, diunduh 1 September 2010.

³⁰ <http://www.ydsf.or.id/program.php?mn=ps&aksi=list>, diunduh 1 September 2010.

masyarakat (*market orientation*). Karena itu program-program *fundraising* YDSF berorientasi pada donatur (*donors orientation*), sedangkan program-program pendayagunaan dana YDSF berorientasi pada dhuafa (*poor orientation*). *Kedua*, tiap direktorat harus punya data yang banyak dan akurat tentang bidangnya masing-masing. *Ketiga*, YDSF terus menerus memastikan bahwa program-program marketing & layanan donatur YDSF sesuai dengan keinginan donator. *Keempat*, YDSF juga selalu memastikan bahwa program-program pendayagunaan dana YDSF bisa menjadi *problem solver* dari sebagian permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat. *Kelima*, perencanaan dan pelaksanaan program di setiap direktorat YDSF sebisa mungkin berada di dalam koridor syar'i, amanah dan profesional. *Keenam*, Agar dapat efisien, efektif & produktif, maka integralitas & sinergitas antar program di setiap direktorat YDSF menjadi penting.³¹

Penguatan manajemen mutu yang komprehensif dan integral pada YDSF, akan terlihat juga pada pengembangan model *fundraising* wakaf.

MODEL-MODEL FUNDRAISING WAKAF KONTEMPORER: MENGAJAI PENGALAMAN YDSF

Fundraising tidak identik hanya dengan menghimpun dana semata. Ruang lingkupnya begitu luas dan mendalam, pengaruhnya sangat berarti bagi eksistensi dan pertumbuhan sebuah lembaga. Oleh karenanya, tidak begitu mudah untuk memahami ruang lingkup *fundraising*. Untuk memahaminya terlebih dahulu dibutuhkan pemahaman tentang substansi

³¹ <http://www.ydsf.or.id/program.php?mn=ps&aksi=list>, diunduh 1 September 2010.

fundraising tersebut. Substansi *fundraising* dapat diringkas kepada tiga hal³², yaitu: motivasi, program, dan metode.³³

Adapun yang dimaksud metode atau teknik *fundraising* sebagaimana substansi *fundraising* yang ketiga di atas adalah suatu bentuk kegiatan yang khas yang dilakukan oleh *nāzir* dalam rangka menghimpun dana/daya dari masyarakat. Metode ini pada dasarnya dapat dibagi kepada dua jenis³⁴, yaitu langsung (*direct*) dan tidak langsung

³² *Pertama* yaitu motivasi, adalah serangkaian pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan dan alasan-alasan yang mendorong calon *wāqif* untuk mengeluarkan sebagian hartanya. Dalam kerangka *fundraising*, *nāzir* harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan pada calon *wāqif*, untuk melakukan kegiatan wakaf atau yang berhubungan dengan pengelolaan wakaf. *Kedua*, adalah program wakaf, yaitu kegiatan dari implementasi visi dan misi lembaga perwakafan (*nāzir*) yang jelas sehingga masyarakat yang mampu tergerak untuk melakukan perbuatan wakaf atau yang terkait dengan perwakafan. Dalam hal ini, *nāzir* dapat mengembangkan program wakaf dengan siklus *fundraising*, yaitu membuat kasus program wakaf, melakukan riset segmentasi calon *wāqif*, menentukan kira-kira teknik yang digunakan untuk menggalang sumber daya wakaf tersebut dan terakhir melakukan pemantuan secara menyeluruh baik proses, efektifitas maupun hasilnya Lihat Hendra Sutrisna., *Fundraising Database*, Jakarta: Pustaka, 2005: 12-13. *Ketiga*, adalah metode *fundraising*, yaitu pola bentuk atau cara-cara yang dilakukan oleh sebuah *nāzir* dalam rangka menggalang dana/daya wakaf dari masyarakat. Metode *fundraising* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi masyarakat penerima dan *wāqif*.

³³ Juwaini, *Panduan Direct Mail*, 5.

³⁴ *Pertama*, metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*), yaitu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi *wāqif* secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon *wāqif* bisa seketika (langsung) dilakukan. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung. *Kedua*, *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*), yaitu suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi *wāqif* secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana

(*indirect*). Adapun tujuan *fundraising* ada lima hal³⁵ yaitu: menghimpun dana/daya wakaf, menambah calon *wāqif*, meningkatkan citra *nāzīr*, menjalin simpatisan atau pendukung dan memuaskan *wāqif*.³⁶

Seperti diketahui, *nāzīr* dalam mengembangkan manajemen wakaf secara umum, harus memperhatikan tiga tahapan penting³⁷ yaitu tahapan pengumpulan atau penghimpunan sumber wakaf (*resource management*), tahapan pengelolaan aset wakaf yang diterima (*asset management*), dan tahapan pendayagunaan atau pemanfaatan hasil wakaf (*grant*

tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon *wāqif* seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi daya/dana wakaf pada saat itu. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *advertorial*, *image campaign* dan penyelenggaraan event, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi, dan mediasi para tokoh, dan lainnya (Saidi: 2003).

³⁵ *Pertama*, menghimpun dana/daya wakaf adalah merupakan tujuan *fundraising* yang paling mendasar. *Kedua*, menambah calon *wāqif*, menambah populasi *wāqif*. *Nāzīr* yang melakukan *fundraising* harus terus menambah jumlah donator/*wāqifnya*. *Ketiga*, aktifitas *fundraising* yang dilakukan oleh *nāzīr*, baik langsung atau tidak langsung akan berpengaruh terhadap citra lembaga. *Fundraising* adalah garda terdepan yang menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi ini akan membentuk citra lembaga dalam benak masyarakat. *Keempat*, menjalin simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi *wāqif*. *Kelima*, dari *fundraising* adalah memuaskan *wāqif*. Tujuan ini adalah tujuan yang tertinggi dan bernilai untuk jangka panjang, meskipun dalam pelaksanaannya kegiatannya secara teknis dilakukan sehari-hari. Cara ini sapat dilakukan misalnya, menyalurkan hasil wakaf sebagaimana amanat *wāqif* dan secara komunikatif *wāqif* bisa diajak untuk langsung terjun menyaksikan penyaluran manfaat wakafnya dalam suatu acara yang dirancang *nāzīr*.

³⁶ Juwaini, *Panduan Direct Mail*, 5-6)

³⁷ Fajar Nursahid, *Tanggung Jawab Sosial BUMN*, (Jakarta: Piramedia.2006), 27; Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syari'ah*, (Jakarta: Gresindo. 2006), 4-5.

management). Artinya, pengembangan *fundraising* dalam tahapan pengelolaan dan pemanfaatan wakaf menjadi perhatian juga.

Mekanisme kerja *fundraising* wakaf dimaknai bahwa setiap tahapan/pola manajemen wakaf (yaitu: tahapan daya pengumpulan harta wakaf, daya pengelolaan, daya penyaluran guna/manfaat wakaf) dikombinasikan dengan aktivitas *fundraising* sehingga dapat memenuhi inti dari *fundraising* yaitu menghasilkan dan produktif baik secara finansial maupun non-finansial. Implikasinya, *nāzir* harus mengembangkan model *fundraising* wakaf secara komprehensif dan teramu (ramuan *fundraising* wakaf) dari mengumpulkan sumber dana wakaf, mengelolanya, dan memanfaatkannya. Aktivitas *fundraising* wakaf tidak dipisahkan dalam tahapan manajemen wakaf, tidak hanya ketika mengumpulkan atau menghimpun sumber daya wakaf saja tetapi juga ketika mengelola aset wakaf, dan memberdayakan penyaluran manfaat wakaf.

Adapun metode *fundraising* yang sudah dilakukan YDSF dalam konteks *resource fundraising* dilihat dari perspektif programnya dapat dipilah menjadi beberapa program seperti: program rumah cinta yatim, pena bangsa, kemanusiaan, salur tebar hewan kurban, dan program ramadhan. Sedangkan model *fundraising* secara umum dapat dikelompokkan menjadi: program intensifikasi, program ekstensifikasi, dan program layanan donatur/*wāqif*.³⁸

Sebagai contoh dalam program Ramadhan tahun 1430 H nominal dana (baik wakaf maupun non wakaf) yang

³⁸ Lihat laporan Tahunan YDSF 2009.

terhimpun mencapai Rp. 3.604.231.503,00, dengan perincian sebagai berikut;³⁹

Keterangan	1430 H		1429 H		Growth
	perolehan	%	Perolehan	%	
Zakat	1.949.258.663	54,08%	1.735.881.199	40,49%	12,29%
Buka Puasa	244.748.500	6,79%	240.633.500	5,61%	1,71%
Parcel	142.170.000	3,94%	221.050.000	5,16%	-35,68%
Infaq	499.540.317	13,86%	311.689.217	7,27%	60,27%
Yatim	376.028.000	10,43%	237.494.800	5,54%	58,33%
Wakaf Quran	68.175.000	1,89%	196.452.500	4,58%	-65,30%
Wakaf Braile	50.410.000	1,40%	0	0,00%	#DIV/0!
Cinta guru Qur	18.175.000	0,50%	25.810.000	0,60%	-29,58%
Kemanusiaan	29.537.400	0,82%	960.659.443	22,41%	-96,93%
Pena Bangsa	39.808.500	1,10%	64.878.979	1,51%	-38,64%
lain	186.380.123	5,17%	292.262.000	6,82%	-36,23%
Total	3.604.231.503	100,00%	4.286.811.638	100,00%	-15,92%

Program intensifikasi di antaranya terdiri dari: *pertama*, program intensifikasi donatur/*wāqif* yang bertujuan untuk mengajak para donatur/*wāqif* YDSF untuk menaikan nilai harta wakafnya. *Kedua*, program dana peduli koordinator bertujuan untuk meringankan beban para koordinator donatur yang sedang tertimpa musibah, selain itu juga merupakan suatu bentuk apresiasi terhadap para koordinator. *Ketiga*, program silaturahmi ke koordinator donatur dan donatur premium yang bertujuan untuk meningkatkan tali silaturahmi antara YDSF dan kordinator donatur.⁴⁰

Program ekstensifikasi terdiri dari beberapa program, di antaranya: *pertama*, program dakwah donatur ke calon donatur yaitu sebuah program baru di divisi penghimpunan. Program ini memotivasi donatur untuk bisa berperan mengajak keluarga, saudara, atau teman untuk menjadi donatur baru di YDSF. *Kedua*, kegiatan penghimpunan dan

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Ibid.

sosialisasi program seperti gerai wakaf, gerai zakat, gerai kurban, surat langsung, telepon donatur atau *wāqif*, penghimpunan lewat elektronik (melakukan proses marketing melalui website, mailing list dan email), spanduk & banner, gerakan sadara infaq, zakat dan wakaf di media, dan stiker pencitraan di mobil. *Ketiga*, gelar stand dengan membuka gerai pada saat event-event tertentu dengan bekerjasama dengan panitia event. *Keempat*, kerjasama dengan CSR dan pemerintah. *Kelima*, kerjasama dengan sekolah dan komunitas.⁴¹

Sedangkan program layanan donatur/*wāqif*, di antaranya: *pertama*, acara layanan donatur seperti: pelatihan menjadi orang tua efektif, keluarga sakinah (*excellent family training*), membangun tim solid (*sinergy building*), nanda cerdas peduli (NCP), tarhib Ramadhan, buka bersama koordinator, pelatihan manajemen zakat dan wakaf. *Kedua*, aktivitas rutin layanan donatur seperti: layanan pembayaran ziswaf prima, cepat dan tepat, layanan ambulance untuk donatur, layanan sms cinta (berita dan tausiah), layanan telepon.⁴²

Sedangkan dalam mengelola pendayagunaan melalui divisi penyaluran atau pendayagunaan dana dalam program-program yang dilakukan YDSF adalah: bidang pendidikan dan yatim, bidang dakwah dan masjid, serta bidang kemanusiaan. Ketiga program penyaluran di atas dikonsentrasikan pada 5 bidang garap utama yaitu: 1) meningkatkan kualitas pendidikan, 2) merealisasikan dakwah Islamiyah, 3) memakmurkan masjid, 4) memberikan santunan

⁴¹ Ibid.

⁴² Ibid.

kepada yatim piatu, dan 5) menyalurkan bantuan kemanusiaan.⁴³

Dalam pengelolaan penyaluran wakaf seperti wakaf tunai untuk Al-Qur'ān, Al-Qur'ān Braille, mobil ambulan, dan untuk bangunan Masjid dan sekolah, prosesnya langsung diserahkan kepada penerima harta wakaf sehingga memberikan manfaat langsung kepada mereka. Sedangkan untuk wakaf tunai mobil ambulance dioperasikan dengan setidaknya memberikan *income* pendapatan bagi YDSF khususnya bagi anggota donatur yang berjarak jauh dan masyarakat luas.⁴⁴

Praktik menerapkan wakaf seperti ini adalah sudah merupakan kebijakan oleh pengurus dan direspon oleh segenap pengelola/karyawan. Konsep wakaf oleh YDSF dimaknai sebagaimana konsep infaq, sedekah dan zakat. Perbedaannya hanya dalam konteks pemasaran program seperti wakaf tunai dan pembangunan masjid, madrasah atau sekolah. Karena itu, dapat dipahami dalam pengelolaan wakaf mengikuti pengelolaan infaq, sedekah dan zakat. Ketika penulis berdiskusi dengan pengurus tentang konsep wakaf dan aplikasi pengelolaannya, hemat penulis, YDSF belum mengenal wakaf termasuk aplikasi wakaf uang sesuai dengan semangat UU No 41 Tahun 2004 tentang Wakaf. Bahkan lahirnya UU Wakaf tersebut juga belum mengetahuinya. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman YDSF tentang institusi wakaf sangat kurang dan bahkan cenderung kurang mengenalnya.⁴⁵

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Hari S, *Hasil Wawancara*, 16 Oktober 2010.

⁴⁵ Ibid.

Walapun demikian, YDSF tetap merespon adanya program-program wakaf sesuai dengan pemahaman dan kemampuan pengelolaan lembaga. Hal ini terbukti hasil penggalangan sumber-sumber wakaf relatif menghasilkan. Pada tahun 2009 saja jumlah donasi yang masuk secara keseluruhan termasuk wakaf tunai adalah Rp. 30.097.221.688,00. Sedangkan untuk wakaf tunai saja sebesar Rp. 542.920.500,00, dengan tanpa melihat aset dalam bentuk harta tidak bergerak yang belum terkonfirmasi seperti aset tanah wakaf di Gresik dan Sidoarjo. Adapun perincian wakaf tunai yang dihimpun selama 2009 sebagai berikut.

KETERANGAN	2009	2009	JUMLAH
Wakaf Al-Qur'ān	264.627.500	60.395.000	325.022.500
Wakaf Al-Qur'ān	50.410.000	60.530.000	110.940.000
Wakaf Cinta Guru	43.985.000	102.641.000	102.641.000
Wakaf Mobil	-	60.214.500	60.214.500
Wakaf	-	100.000.000	100.000.000
Wakaf	-	100.000.000	100.000.000
Total	359.022.500	542.920.500	901.943.000

Dari konsepsi dan mekanisme kerja *fundraising* di atas, terlihat bahwa manajemen *fundraising* wakaf pada YDSF berkembang dengan produktif dan menghasilkan baik secara finansial maupun non-finansial dalam konteks *resource fundraising* dan *grant fundraising*. Sedangkan dalam konteks *asset fundraising*, YDSF belum dapat mengembangkannya karena persoalan latar historis YDSF sebagai lembaga infaq dan zakat dan adanya kebijakan dari pengurus dan pembina YDSF untuk tidak mengembangkan atau memproduktifkan aset wakaf yang telah masuk. Penerimaan aset wakaf

secepatnya disalurkan kembali secara langsung kepada *mustahiq*-nya.⁴⁶

Realitas di atas memang cukup mengejutkan. Wakaf produktif biasanya dapat berkembang ketika dalam pengelolaan aset juga produktif, atau dalam kajian ini menggalang sumber daya/dana wakaf melalui penciptaan hasil usaha lewat pengembangan aset wakaf. Dalam kasus YDSF Surabaya, ternyata lebih mengedepankan dan kuat dalam memobilisi sumber-sumber daya/dana termasuk wakaf dan aspek pendaayagunaannya. Artinya pengelolaan wakaf masih dalam kluster pengelolaan wakaf langsung atau konsumtif. Hal ini diakui oleh YDSF sendiri, alasan utama adalah pemahaman tentang pengelolaan wakaf yang masih minim dan tradisi YDSF sebagai lembaga infaq, sedekah dan zakat masih kuat. Karena itu, saat ini YDSF mulai memprogramkan pengembangan aset wakaf baik secara kelembagaan maupun manajerial.

KESIMPULAN

Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF) Surabaya menggunakan manajemen *fundraising* wakaf dengan mengembangkan model *resource fundraising* seperti metode penggalangan dari sumber-sumber konvensional baik secara langsung maupun tidak langsung dan model *grant fundraising* dengan metode penguatan program pemberdayaan pada penyaluran wakaf. Sedangkan dalam pengembangan model *asset fundraising* (produktifitas aset), dan *in-kind* wakaf, YDSF belum dapat mengembangkannya sehingga YDSF termasuk *nāzir* wakaf yang masih dalam kluster pengelolaan wakaf langsung atau konsumtif.

⁴⁶ Arief, *Hasil Wawancara*, 16 Juli 2010.

Dari hasil tulisan ini, ada beberapa saran atau rekomendasi sebagai berikut:

1. Kajian *fundraising* wakaf perlu dikembangkan seiring dengan penggalakan kajian pengelolaan dan pemberdayaan wakaf yang merupakan *mainstream* utama manajemen wakaf. Apalagi kajian ini adalah sebagai *starting point* dalam upaya pengelolaan wakaf secara umum.
2. YDSF sebagai lembaga sosial dan mendapatkan *brand image* positif dari masyarakat, mustinya mempertimbangkan manajemen tambahan dalam rangka pengelolaan aset wakaf yang produktif dengan secara kelembagaan membentuk divisi ekonomi sebagai upaya untuk mendapatkan hasil dari aset wakaf (*asset fundraising*).
3. Mendesak untuk melakukan komunikasi dan relasi antara pemerintah (Kementerian Agama-Badan Wakaf Indonesia) dan masyarakat (termasuk YDSF) dalam melakukan sosialisasi untuk peningkatan pemahaman pengurus/*nāzir* (YDSF) tentang institusi konsep, dan aplikasi wakaf. Dengan ini diharapkan tujuan dan misi wakaf dapat berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bāqī, Ibrāhīm Mahmūd ‘Abd. *Dawr al-Waqf fi Tanmīyah al-Mujtama’ al-Madani: Namūdaj al-Amānah al-‘Āmmah li al-Awqāf bi Dawlah al-Kuwait*. Kuwait: Al-Amānah al-‘Āmmah li al-Auqāf Idārah ad-Dirāsah wa al- ‘Alāqat al-Khārijīyah, 2006.
- Al-Kabisi, Muhammad Abid Abdullah. *Hukum Wakaf*. Jakarta: IIMaN Press, 2004.
- Az-Zarqā, Musthafā Ahmad. *Aḥkām al-Awqāf*. Kairo: Dār ‘Amār, 2004.
- Bik, Ahmad Ibrāhīm. *Mawsū’ah Aḥkām al-Waqf ‘alā Madhāhib al-Arba’ah*. Kairo: Maktabah al-Azharīyah li al-Turāth, 2009.
- Dacanay, Marie Lisa M. *Creating Space in The Market*. Philipinne: Asian Institute of Management and Conferece of Asian Foundations and Organizations, 2004.
- Fuad, Muhammad. *Membangunkan Raksasa Tidur*. Jakarta: Piramedia, 2008.
- Handoko, T Hani. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1994.
- Hasanah, Uswatun.. “Potret Filantropi Islam di Indonesia”. dalam Thaha, Idris (ed)., *Berderma untuk Semua: Wacana dan Praktek Filantropi Islam*, Jakarta: PBB UIN Jakarta dan FF, 2004.
- Holloway, Richard. *Menuju Kemandirian Keuangan*, Jakarta: Yayasan Obor, 2001.
- Ismanto, Kuart. *Manajemen Syari’ah Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syari’ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

- Iswoyo, Setyo & Hamid Abidin. *In Kind Fundraising*. Jakarta: Piramedia, 2006.
- Juwaini, Ahmad. *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*, Jakarta: Piramedia, 2005.
- Klein, Kim. *Fundraising for Social Change*. Oakland California: Chardon Press, 2001.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Marketing Managemen Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Airlangga, 1987.
- Miles, Matthew B & A Michel Huberman. *Qualitative Data Analysis*. Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1994.
- Mubarok, Jaih. *Wakaf Produktif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008.
- Nadjib, A Tuti & Ridwal Al-Makassary. *Wakaf, Tuhan, dan Agenda Kemanusiaan*. Jakarta: CSRS UIN Jakarta, 2006.
- Nasution, Mustafa Edwin & Uswatun Hasanah (Ed). *Wakaf Tunai Inovasi Finansial Islam*. Jakarta: PSTTI UI. 2000.
- Norton, Michael. *Menggalang Dana: Pedoman bagi Lembaga Swadaya Masyarakat*, Jakarta: Yayasan Obor, 2002.
- Nursahid, Fajar. *Tanggung Jawab Sosial BUMN*. Jakarta: Piramedia, 2006.
- Pujihardi, Yuli. *Panduan Menggalang Dana Perusahaan*. Jakarta: Piramedia, 2006.
- Qahaf, Mundzir. *Manajemen Wakaf Produktif*. Jakarta: Khalifa, 2007.
- Saidi, Zaim (Ed.). *Kewiraswastaan Sosial Strategi Pengembangan Bisnis Berwawasan Sosial bagi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)*. Jakarta: Piramedia, 2007.
- Salim, Agus. *Teori dan Paradigma Tulisan Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006.

-
- Stoner, James AF & Charles Wankel. *Manajemen*. Jakarta: Intermedia, 1986.
- Suparman. "Strategi *Fundraising* Wakaf Uang". dalam *Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*. Vol. II, No. 2, April 2009, 13-30.
- Sutisna, Hendra. *Fundraising Database*. Jakarta: Piramedia, 2006.
- Sya'ib, Khālid 'Abdullah. *Al-Nazārah 'alā al-Waqf*. Daulah Kuwait: Al-Amānah al-'Āmmah li al-Awqāf Idārah al-Dirāsah wa al-'Alāqat al-Khārijīyah, 2006.
- Tjiptono, Fandi & Anastasia Diana. *Total Quality Management*. Yogyakarta: ANDI, 2003.
- Tjiptono, Fandi & Gregorius Chandra & Dedi Adriani. *Pemasaran Stratejik*. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Udovitch, Abraham L. *Kerjasama Syari'ah*. Kediri: Qubah, 2008.
- Wiroso. *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syari'ah*. Jakarta: Gresindo, 2008.
- Yanto, Agus. dkk. *Sepuluh Tahun YDSF*. Surabaya: Dunia Ilmu, 1997.
- Yin, Robert K. *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2002.
- Zahra, Muḥammad Abū. *Muḥaḍarah fi al-Waqf*. Beirut: Dār al-Fikr al-'Arābī, 1971.
- Undang-undang No.41 Tahun 2004 tentang Wakaf

Hasil Wawancara dan Dokumentasi dilakukan pada bulan
Juli-Oktober 2010.

<http://www.ydsf.or.id/program.php?mn=ps&aksi=list>,
diunduh 1 September 2010.