

**PENGEMBANGAN WAKAF PRODUKTIF DI PASAR  
TRADISIONAL  
(STUDI PADA YAYASAN TANAH WAKAF PASAR PAING  
SURABAYA)**

**SKRIPSI**

Oleh :  
**YUSRIL HAKIKI**  
**NIM : G05217024**



**Universitas Islam Negeri Sunan Ampel**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf**  
**Surabaya**  
**2022**

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Yusril Hakiki

NIM : G05217024

Prodi : Manajemen Zakat Dan Wakaf

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengembangan Wakaf Produktif Di pasar tradisional  
(Studi Pada Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 06 Januari 2022  
Saya Yang Menyatakan



Yusril Hakiki  
NIM. G05217024

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis oleh Yusril Hakiki NIM. G05217024 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 06 Januari 2022  
Dosen Pembimbing



**Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., MEI**  
**NIP.198106062009012008**

## PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yusril Hakiki NIM. G05217024 ini telah dipertahankan didepan sidang Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Kamis, tanggal 13 Januari 2022 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Manajemen Zakat dan Wakaf.

### Majelis Munaqasah Skripsi

Penguji I,



Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., MEI  
NIP. 198106062009012008

Penguji II,



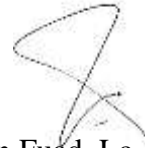
Dr. Andriani Samsuri, S.Sos, MM  
NIP. 197608022009122002

Penguji III,



M. Maulana Asegaf, Lc., M.H.I  
NIP. 198709042019031005

Penguji IV,



Lian Fuad, Lc., M.A.  
NIP. 198504212019031011

Surabaya, 13 Januari 2022

Menegaskan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Dekan,



Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM  
NIP. 196212141993031002



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Yusril Hakiki  
NIM : G05217024  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen Zakat & Wakaf  
E-mail address : yusrilhakiki86@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGEMBANGAN WAKAF PRODUKTIF DI PASAR TRADISIONAL

(STUDI PADA YAYASAN TANAH WAKAF PASAR PAING SURABAYA)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Januari 2022

Penulis

(Yusril Hakiki)

## ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Pengembangan Wakaf Produktif Di pasar tradisional (Studi Pada Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya)” dengan tujuan menjelaskan pengembangan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya dan menjelaskan analisis SWOT pada pengembangan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya.

Metode penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengelolaan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah *organizing*, *editing* dan *analizing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT pada pengembangan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya adalah perlunya peningkatan aset berbentuk fasilitas dan perlengkapan kebutuhan pedagang, membentuk taman indah yang dikelola sendiri untuk menarik masyarakat berkunjung ke pasar, promosi mulut kemulut dan media sosial kepada para pedagang yang intens untuk pengembangan usahanya, para pedagang tidak dikenai biaya parkir, karena sudah membayar sewa kios perbulan dan petugas mencabut hak pengelolaan perseorangan. Analisis pengembangan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya adalah lingkungan eksternal memiliki faktor kekuatan hukum dan teknologi. Hukum yang kuat memiliki power untuk mempertahankan hak tanah wakaf dalam peningkatan aset atau fasilitas. Sedangkan faktor teknologi perlu adanya pemanfaatan media sosial yang ada. Lingkungan internal ialah pembentukan buku hak pakai stad diterapkan di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing. Isi dari buku tersebut ialah beberapa aturan yang diberlakukan kepada para pihak penyewa stand. Tujuannya untuk memberikan ketertiban dan kedisiplinan kepada para pedagang yang ada di pasar.

Saran yang dapat diberikan peneliti kepada pihak Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya adalah perlunya peningkatan pengetahuan akan hal media sosial, melaksanakan strategi analisis SWOT yang telah di konsep, dan menarik kembali hak sewa lahan parkir perseorangan menjadi hak milik tanah wakaf Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya.

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL DALAM.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TRANSLITERASI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Kajian Pustaka.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Kegunaan Penelitian.....	12
G. Definisi Operasional.....	13
H. Metode Penelitian.....	15
I. Sistematika Pembahasan .....	21
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>23</b>
A. Wakaf Produktif .....	23
B. Pasar Tradisional .....	32
C. Teori Analisis SWOT .....	35
<b>BAB III HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Gambaran Umum Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya .....	48
B. Pengembangan Wakaf Pasar .....	54

<b>BAB IV ANALISIS PENGEMBANGAN WAKAF PRODUKTIF DI PASAR TRADISIONAL .....</b>	<b>62</b>
A. Analisis SWOT pada Pengembangan Wakaf Produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya .....	62
B. Analisis Pengembangan Wakaf Produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya .....	72
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT .....	44
Tabel 4.1 Matriks SWOT Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing .....	69



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram SWOT .....	41
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya.....	51
Gambar 3.2 Laporan Daftar Penerima Sarung .....	56
Gambar 3.3 Tampak depan tanah wakaf Pasar Pahing .....	58
Gambar 3.4 Tampak dalam Tanah wakaf Pasar Pahing .....	59
Gambar 3.5 Tampak Samping Tanah wakaf Pasar Pahing .....	59
Gambar 3.6 Kondisi Pasar Dari Tengah Lorong .....	60



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam sebagai agama *Rahmatan lil' alamin* memiliki cara pandang dengan konsep tersendiri terhadap nilai-nilai yang berkarakter. Pernyataan ini dapat dibuktikan dari ajaran-ajaran dasar Islam, termasuk bagaimana Islam menerangkan fungsi kedudukan harta, dan moral, memanfaatkan serta mengeluarkannya.<sup>1</sup>

Islam memandang harta dengan acuan akidah yang disarankan Al-Qur'an, yakni dipertimbangkannya kesehjahteraan manusia, alam, masyarakat dan hak milik. Harta sebagai jembatan manusia dalam melakukan segala aktifitas kehidupan dunia, manusia harus bekerja agar bagaimana bisa mendapatkan tanpa menimbulkan penderitaan pada pihak yang lain.<sup>2</sup> Kelebihan harta yang dimiliki manusia hendaknya menjadi alat positif yang digunakan dalam hubungan sosial untuk saling membantu.<sup>3</sup> Pada hakekatnya harta yang kita miliki adalah milik Allah *Shubhanahu wata'alla*. Salah satu katagori harta dalam Islam yang dapat mensejahterakan masyarakat dengan cara memaksimalkan potensinya yaitu harta wakaf.

Salah satu wakaf yang biasa dilaksanakan atau pandangan masyarakat akan hal wakaf biasanya hanya berpedoman pada wakaf tanah. Potensi yang

---

<sup>1</sup> Nur Azizah, "Pengelolaan Wakaf Produktif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Umat Studi di Desa Sinar Banten Kecamatan Bekri Kabupaten Lampung Tengah", (Skripsi-Intitut Agama Islam Negri Metro Lampung), 1.

<sup>2</sup> Muhamad, *Ekonomi Moneter Islam*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2018), 21.

<sup>3</sup> Ibid. 1.

dimiliki oleh wakaf tanah sangat besar ketika seorang nadhzir dapat melakukan pengelolaan yang baik. Bukan hanya bergerak dibidang wakaf tanah yang tidak produktif, melainkan dapat diberdayakan secara produktif. Sehingga banyak masyarakat yang kurang mampu dalam pengembangan wakaf tanah.

Wakaf berasal dari bahasa Arab yaitu “Waqafa” yang “berarti” “menahan”, atau “berhenti” atau “diam di tempat”, atau “tetap berdiri”.<sup>4</sup> Dengan Demikian dapat dikatakan jika harta wakaf bisa dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat, tanpa merusak atau mengurangi harta.<sup>5</sup> Wakaf mempunyai sifat yaitu harta menjadi milik sesama dan mempunyai nilai ibadah serta manfaat bagi wakif ataupun penerima manfaat.

Wakaf merupakan pranata keagamaan dalam Islam yang memiliki hubungan langsung secara fungsional dengan upaya pemecahan masalah sosial dan kemanusiaan, seperti pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan ekonomi umat. Wakaf dapat menjadi sumber pendanaan dari umat untuk umat, baik untuk kepentingan keagamaan, sosial, maupun ekonomi. wakaf mengandung dimensi yang sangat luas, mencakup harta tidak bergerak termasuk wakaf uang, tidak terbatas untuk pendirian tempat ibadah dan sosial keagamaan. Wakaf dikenal sebagai aset umat yang pemanfaatan dapat dilakukan sepanjang masa.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Idham Khalid Baedawi, dkk. *FIQIH WAKAF*, (Jakarta: Proyek Peningkatan Zakat dan Wakaf Direktorat Jendral Bimas Islam dan Penyelenggaraan Haji, 2003), 1.

<sup>5</sup> Delli Maria, dkk. *Akuntansi dan Manajemen Wakaf*, (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 3.

<sup>6</sup> Indri Dwi Lestari, “Analisis Pengelolaan Wakaf Produktif Melalui Bank Wakaf Mikro Dengan Pendekatan SWOT”, (Skripsi-UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), 5.

Menurut data Departemen Agama Republik Indonesia terakhir terdapat 392.343 lokasi tanah wakaf dengan 52.353,12 Ha dan bersertifikat hanya 60,45% antara lain yaitu masjid 44.18% musholla 28.39% sekolah 10.69% pesantren 3.59% makam 4.45% dan sosial lainnya 8.70%.<sup>7</sup> Sedangkan wakaf produktif adalah harta benda atau pokok tetapnya wakaf tidak secara langsung digunakan untuk mencapai tujuan, tapi dikembangkan terlebih dahulu untuk menghasilkan sesuatu (produktif) dan hasilnya disalurkan sesuai dengan tujuan wakaf. Seperti wakaf tanah untuk digunakan bercocok tanam, mata air untuk dijual airnya dan lain-lainnya.

Wakaf produktif juga didefinisikan sebagai harta yang digunakan untuk kepentingan produksi baik dibidang pertanian, perindustrian, perdagangan dan jasa yang manfaatnya bukan pada benda wakaf secara langsung, tetapi dari keuntungan bersih dari hasil pengembangan wakaf yang diberikan kepada orang-orang yang berhak sesuai dengan tujuan wakaf. Dalam upaya pelaksanaan praktek pengelolaan dan pengembangan yang sesuai tuntunan syari'ah, biasanya yang menjadi hambatan utama adalah hal manajemen wakaf apabila tidak diperhatikan akan berimbas pada penyalahgunaan dan penyelewengan dalam pewakafan, dalam hal ini yang menjadi salah satu hambatan yang perlu diperhatikan ekstra semua pihak terutama masyarakat Islam. Di Indonesia umumnya wakaf berupa benda-

---

<sup>7</sup> Siwak"Data Tanah Wakaf" <http://siwak.kemenag.go.id/>, diakses pada tanggal 15 Januari 2021.

benda konsumtif, bukan benda-benda produktif. Ini dapat dilihat pada masjid, sekolah-sekolah, panti asuhan, rumah sakit dan sebagainya.<sup>8</sup>

Pemberdayaan dan pengembangan wakaf produktif merupakan hal yang baru dalam perkembangan wakaf di Indonesia. Agar hal ini dapat terlaksana dengan baik, maka diperlukan organisasi pengelola wakaf yang mampu menjalin kemitraan dengan lembaga lain yang peduli terhadap dunia wakaf. Selama ini terlihat pemberdayaan dan pengembangan wakaf mengalami banyak hambatan dan hambatan, terutama dalam pengelolaan wakaf yang tidak produktif sehingga kurang dirasakan manfaatnya kepada masyarakat yang memerlukan. Oleh karena itu, pemberdayaan dan pengembangan wakaf harus diarahkan kepada wakaf produktif melalui manajemen yang sesuai dengan syariat Islam dengan menggerakkan seluruh potensi yang terkait. Organisasi wakaf yang dikembangkan dalam peraturan-peraturan-undangan saat ini harus menanggapi segala masalah masyarakat yang pada umumnya dan umat Islam pada khususnya. Persoalan masyarakat yang paling mendasar adalah kemiskinan.

Di Rungkut Kidul Surabaya sebuah Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya memulai pengembangan tanah wakafnya, bermula dari kondisi tanah wakaf yang sering beralih fungsi dari menjadi sawah, lapangan sepak bola, balai kelurahan dan gedung pasar. Tanah wakaf yang berada di wilayah strategis dibidang ekonomi tersebut, dimana potret lokasi tanah wakaf terhubung dengan kawasan perumahan dan perindustrian serta posisi

---

<sup>8</sup> Rajjak, "Kriminalisasi Dalam Undang Undang Perwakafan Di Indonesia" (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2012), 10.

bangunan yang berada di area jalan raya memungkinkan peredaran mesin uang yang sangat besar dan merupakan sumber pendapatan yang sangat luar biasa bagi masyarakat sekitar.<sup>9</sup>

Sehubungan dengan hal tersebut, maka perlu mengubah pola pikir masyarakat tentang pemahaman wakaf yang saat ini lebih terfokus kepada hal yang konsumtif seperti untuk kepentingan pembangunan sarana dan prasarana ibadah, misalnya, masjid, mushallah, yayasan yatim piatu, madrasah, dan lain-lain. Pemahaman wakaf saat ini harus yang berorientasi kepada wakaf produktif, tidak hanya untuk kepentingan peribadatan tetapi lebih tertarik kepada kepentingan masyarakat seperti pembangunan perumahan, perkantoran, pasar swalayan dan sebagainya yang hasilnya digunakan untuk kepentingan masyarakat dalam menuntaskan kemiskinan.

Oleh karena itu, pemberdayaan tanah wakaf dengan luas tanahnya 8,985 m<sup>2</sup>, dibawah naungan nadzhir menjadi sebuah keniscayaan. Maka dari itu kesepakatan nadhir dan masyarakat sekitar didirikanlah sebuah pusat perdagangan dan perekonomian bagi masyarakat Rungkut Kidul dan diberi nama Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya.<sup>10</sup>

Terdapat jumlah tanah wakaf Kota Surabaya yang berada di kecamatan Rungkut sebesar 160 tanah wakaf. Sedangkan untuk tanah wakaf yang disertifikasi berjumlah 72 tanah, dan untuk tanah wakaf yang belum

<sup>9</sup> Jauhari Faqih selaku Bagian Umum, *Wawancara*, Surabaya, 13 Januari, 2021.

<sup>10</sup> Lilik Ruwaidah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pengelolaan Dan Pengembangan Wakaf Produktif Pasar Paing Rungkut Kidul Surabaya" (Skripsi—IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2009), 10.

tersertifikasi berjumlah 88 tanah.<sup>11</sup> Menunjukkan bahwa adanya potensi yang besar dalam mengembangkan tanah yang ada. Salah satunya ialah tanah wakaf Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya.

Kebutuhan yang paling mendasar dalam rangka pengelolaan wakaf produktif adalah mempersiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten dibidang wakaf agar dana wakaf dapat terkumpul dan dikelola dengan baik. Kompetensi Nadzir ditunjukkan dari kemampuan, keahlian dan penguasaannya terhadap bidang kerja yang digeluti. Kesiapan SDM Nadzir yang profesional dalam menyongsong pengelolaan wakaf produktif merupakan kebutuhan yang tidak bisa ditawar lagi. Untuk itu, Nadzir harus berupaya untuk mengembangkan SDMnya agar kompeten dalam bidang mengelola dana Wakaf karena SDM merupakan potensi yang menjadi motor penggerak Nadzir dan kelembagaanya. Bukan hanya SDM saja yang dikembangkan tetapi seluruh aspek dalam organisasi juga harus dikembangkan.<sup>12</sup> Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya dalam mengelola tanah wakaf masih stagnan, tidak mengalami perkembangan yang signifikan.

Pelaku internal yang bertanggung jawab atas pengembangan menjadi salah satu solusi, Sumber daya manusia yang ada di jajaran pengurus nadzir harus memiliki sebuah ide dan kreativitas. Namun yang terjadi di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya sumber daya manusianya mengalami

<sup>11</sup> Direktorat Pemberdayaan Zakat dan Wakaf, [http://siwak.kemenag.go.id/tanah\\_wakaf\\_kab.php?\\_pid=MC9jYk9XaE8rVERXNG1KRFFMckkyUT09&\\_kid=MUVaRW1Xd2ZRRTFEQmFONWt1YjBCZz09](http://siwak.kemenag.go.id/tanah_wakaf_kab.php?_pid=MC9jYk9XaE8rVERXNG1KRFFMckkyUT09&_kid=MUVaRW1Xd2ZRRTFEQmFONWt1YjBCZz09), diakses pada tanggal 24 Juli 2021

<sup>12</sup> Fachri Firdaus, “ Strategi Pengembangan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ): Studi Pada LAZ Pos Keadilan Peduli Ummat”. (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2008), 21.



penurunan progres terhadap kinerja operasional pengelolaan wakaf. Contoh yang terjadi pada saat tahapan observasi dilakukan keberadaan nadzir yang berada di kantor hanya berjumlah tiga orang saja, sedangkan yang tertulis di Akta Ikrar Wakaf berjumlah lima orang. Hal ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia yang dimiliki oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya kurang profesional dalam mengelola wakaf.<sup>13</sup>

Pengembangan SDM merupakan kebutuhan yang mendasar bagi yayasan sehingga harus menjadi prioritas dalam program-programnya karena hal ini merupakan salah satu kunci sukses utama dalam pencapaiannya visi, misi dan tujuan yayasan. Upaya untuk meningkatkan kemampuan profesional harus terus dilakukan. Profesionalisme seperti inilah yang seharusnya tetap dijaga untuk meneguhkan Yayasan. Dan juga diperlukan strategi yang tepat untuk mengembangkan wakaf agar ke depan semakin baik. Nazhir Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya belum mengetahui rencana yang harus dilakukan untuk menjadi pengelolaan yang produktif.

Terdapat beberapa proses evaluasi suatu nazhir untuk menjadikan aset wakaf semakin produktif yaitu dengan teori analisis SWOT. Peran dari adanya teori analisis SWOT ialah untuk melihat potensi dan kendala yang terjadi pada aset wakaf baik secara internal maupun eksternal. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan banyak potensi pasar yang dikuasai oleh pihak eksternal, seperti contohnya adanya lahan parkir yang disewakan. Ketika pemanfaatan lahan parkir dapat dioperasionalkan sendiri setidaknya pengembangan wakaf

---

<sup>13</sup> Pengurus Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya, Observasi, Surabaya, 24 Agustus 2021

juga semakin lebih cepat.<sup>14</sup> Sementara ini seorang nazhir belum pernah melakukan analisa sendiri dengan keadaan saat ini. Maka peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam letak kondisi dari Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya. Nazhir belum menerapkan analisis SWOT dalam melihat keadaan sekitar Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya untuk pengelolaan wakaf

Dari hasil penjelasan singkat uraian diatas, maka perlu mengkaji dan membahas bagaimana strategi pengembangan wakaf. Untuk itu, penulis tertarik untuk membahas dan mengkaji permasalahan tersebut dalam skripsi yang berjudul : “Pengembangan Wakaf Produktif Di pasar tradisional (Studi Pada Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya)”

## **B. Identifikasi dan Batasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, muncul beberapa masalah yang telah diidentifikasi oleh penulis antara lain:

- a. Pengetahuan tentang potensi tanah wakaf masih minim oleh masyarakat.
- b. Banyak masyarakat menganggap bahwa, wakaf tanah akan menghasilkan pengelolaan yang konsumtif
- c. Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya dalam mengelola tanah wakaf masih stagnan, tidak mengalami perkembangan yang signifikan.

---

<sup>14</sup> Ibid

- d. Nazhir Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya belum mengetahui rencana yang harus dilakukan untuk menjadi pengelolaan yang produktif.
- e. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya kurang profesional dalam mengelola wakaf
- f. Para pengurus tidak pernah melihat kekuatan dan kelemahan, atau pun peluang dan ancaman
- g. Sumber Daya Manusia (SDM) yang diberikan tanggung jawab untuk menjaga tanah wakaf kurang amanah.

## 2. Batasan Masalah

Berbagai permasalahan muncul terkait dengan objek yang akan dikaji. Oleh karena itu, batasan masalah perlu dilakukan agar penelitian tidak jauh menyimpang dengan topik yang akan dikaji. Hal ini dilakukan agar pembahasan dapat lebih spesifik dan terfokus sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan yang terarah pada aspek yang akan diteliti, Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah:

- a. Para pengurus tidak pernah melihat kekuatan dan kelemahan, atau pun peluang dan ancaman
- b. Sumber Daya Manusia (SDM) yang diberikan tanggung jawab untuk menjaga tanah wakaf kurang amanah.

## C. Rumusan masalah

- 1. Bagaimana implementasi pengelolaan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya?

2. Bagaimana analisis SWOT pada pengembangan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya?

#### **D. Kajian Pustaka**

1. Penelitian yang berjudul: “Pengelolaan Dan Pengembangan Wakaf Produktif di Yayasan Pondok Pesantren Miftahul Ulum Al-Yasini”, ditulis oleh Hasan Asy’ari Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim pada tahun 2008. Penelitian ini terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Perbedaan terletak pada objek yang diteliti, dalam penelitian Hasan Asy’ari objek penelitian dilakukan pondok pesantren sedangkan objek yang dilakukan oleh peneliti di pasar tradisional. Persamaan penelitian terletak pada topik penelitian yaitu pengembangan wakaf produktif.
2. Penelitian yang berjudul: “Pengelolaan Wakaf Produktif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Umat (Studi di Desa Sinar Banten Kecamatan Bekri Kabupaten Lampung Tengah)”, ditulis oleh Nur Azizah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Agama Islam Negeri Metro Lampung pada tahun 2018. Penelitian ini terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Perbedaan terletak pada topik penelitian, dalam penelitian Nur Azizah topik penelitian yaitu pengelolaan wakaf produktif untuk meningkatkan kesejahteraan umat, sedangkan topik yang diangkat oleh peneliti yaitu pengembangan wakaf produktif dipasar tradisional.

3. Penelitian yang berjudul: “Analisis Pengelolaan Wakaf Produktif Rumah Sewa (Studi Kasus Pada Masjid Al-Furqon Gampang Beurawe Banda Aceh)”, ditulis oleh Roni Zulmeisa mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh pada tahun 2016. Penelitian ini terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian. Perbedaan terletak pada topik penelitian, dalam penelitian yang dilakukan oleh Roni Zulmeisa topik penelitian yaitu, pengelolaan wakaf produktif rumah sewa sedangkan topik penelitian yang diangkat oleh peneliti yaitu pengembangan wakaf produktif di pasar tradisional. Persamaanya terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.
4. Penelitian yang berjudul:” Analisis Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif Dalam Meningkatkan Kemanfaatan Harta Wakaf (Studi Pada Pengurus Nazhir Wakaf Di Masjid Al-Furqon Kata Bandar Lampung)”, ditulis oleh Mutia Ulfah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2019. Penelitian ini terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Perbedaan penelitian terdapat pada topik penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Mutia Ulfah memiliki topik manajemen pengelolaan wakaf produktif dalam meningkatkan kemanfaatan harta wakaf, sedangkan topik penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengangkat topik pengembangan wakaf produktif di pasar

tradisional. Persamaanya terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

5. Penelitian yang berjudul: “Manajemen Wakaf Produktif (Studi Kasus Di BMT Masjid Wakaf Al- Istiqomah Keuangan Lama Kelurahan Purwokerto Lor Kabupaten Banyuwangi)”, ditulis oleh Siti Nur Azizah Mahasiswa Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto pada tahun 2019. Perbedaan penelitian terdapat pada topik penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Azizah memiliki topik manajemen wakaf produktif yang dilakukan oleh BMT, sedangkan topik penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengangkat topik pengembangan wakaf produktif di pasar tradisional. Persamaanya terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun diatas peneliti mempunyai tujuan dalam penelitian ini, yaitu untuk:

1. Menjelaskan implementasi pengelolaan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya
2. Menjelaskan analisis SWOT pada pengembangan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini didapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam bidang kajian strategi pengembangan wakaf produktif berupa pasar, yang mana dapat menjadi sumber rujukan dalam mengerjakan tugas atau skripsi lainnya.

## 2. Kegunaan Instansi

### a. Bagi Instansi/ Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing (YATAWAPP)

Dengan adanya penelitian penelitian ini diharapkan Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing (YATAWAPP) lebih termotivasi untuk menciptakan strategi pengembangan wakaf produktif berupa pasar yang dapat mengembangkan Yayasan, serta mengembangkan strategi efektif terhadap Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing.

## G. Definisi Operasional

Definisi Oprasional bertujuan untuk dapat menghindari kesalahan pemahaman dalam pemaknaan kalimat dan penjelasan maksud dari penelitian ini maka perlu adanya definisi oprasional. Hal ini ditujukan untuk memudahkan dalam memahami penyusunan skripsi ini. Penelitian ini mendefinisikan istilah sebagai berikut:

### 1. Pengembangan

Penelitian pengembangan memfokuskan kajiannya pada bidang desain atau rancangan, apakah itu berupa model desain dan desain bahan ajar, produk misalnya media, bahan ajar dan juga proses.<sup>15</sup> Penelitian pengembangan bertujuan menghasilkan produk baru melalui proses

<sup>15</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 389.



pengembangan.<sup>16</sup> Sehingga makna dari penelitian pengembangan adalah suatu proses atau Langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru atau atau menyempurnakan produk yang telah ada, yang dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini yang menjadi fokus pengembangan ialah tanah wakaf yang berada di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing. Dimulai dari menentukan sebuah perencanaan hingga kepada tahapan pencapaian tujuan tanah wakaf produktif.

## 2. Wakaf Produktif

Wakaf produktif juga dapat didefinisikan yaitu harta yang dapat digunakan untuk kepentingan untuk kepentingan produksi baik dibidang pertanian, perindustrian, perdagangan, dan jasa yang manfaatnya bukan pada benda wakaf secara langsung tetapi dari keuntungan bersih dari hasil pengembangan wakaf yang diberikan kepada orang-orang yang berhak sesuai tujuan wakaf<sup>17</sup>. Dana pendapatan dari perputaran keuntungan hasil sewa pasar dikembangkan hingga adanya kenyamanan fasilitas pasar dan aset pasar khususnya yang kurang memadai menjadi layak digunakan.

## 3. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka dimana terjadi proses transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar-menawar. Di pasar tradisional pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, namun pengunjung bisa menjadi penjual, bahkan setiap orang bisa menjual

<sup>16</sup> Endang Mulyaningsih, *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan* (Bandung:Rosdakarya, 2008), hal. 154.

<sup>17</sup> Agustiano, *Wakaf Produktif Untuk Kesejahteraan Umat*, Jakarta: Niriah, 2008, h.77



dagangannya di pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan sector prekonomian yang sangat penting bagi mayoritas penduduk Indonesia.<sup>18</sup>

## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Metode Penelitian adalah prosedur atau langkah dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu.<sup>19</sup> Metode penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif ialah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya menjelaskan dengan cara sistematis, terstruktur, dan terencana dengan jelas, dari awal penelitian hingga eksekusi penelitian, serta memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui proses pengumpulan data yang telah tersusun.<sup>20</sup>

### 2. Data

Data merupakan bagian penting dari penelitian. Data yang penulis gunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam data, yaitu :

#### a. Data Primer

Data primer terdiri dari data pengelolaan dan pengembangan yang didapat dari ketua dan sekretaris Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya serta pedagang sebanyak 11 orang dengan melakukan

<sup>18</sup> Agung Dwi Wijaya, "Analisis Kualitas Susu Segar Yang Dijual Di Pasar Tradisional Kota Yogyakarta"(Skripsi---Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2017), 5.

<sup>19</sup> Suryana, *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitati*, (Bandung:Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), 8.

<sup>20</sup> Sugiono, *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, danm R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2013), 13.

wawancara, Data primer yang lain meliputi laporan asset wakaf. Selain itu adanya akta ikrar wakaf, peraturan dan kewenangan pedagang.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penunjang terhadap penelitian ini, yang mana terdiri dari data tentang banyaknya wakif yang menyalurkan wakafnya di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Ping Surabaya serta data pendistribusian dana wakaf. Selain data yang didapatkan dari Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya, peneliti juga mengambil data dari buku-buku, jurnal-jurnal dan literatur pendukung lainnya.

3. Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil proses wawancara. Subjek wawancara adalah ketua dan sekretaris Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya dan beberapa pedagang sejumlah 11 orang. Hal ini bertujuan untuk mengetahui dari sisi internal yayasan dan sisi eksternal yayasan. Data dokumentasi diperoleh dari kantor Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder ialah data penunjang dalam penelitian ini, yang terdiri dari data yang dikeluarkan oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya meliputi data pedagang dan data penerima manfaat. Serta literatur-literatur kepustakaan lainnya diperoleh dari perpustakaan, berita, internet atau media sosial.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Observasi

Teknik observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>21</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi nonpartisipan, karena peneliti tidak terlibat langsung hanya sebagai pengamatan independen. Penelitian ini mengamati pengelolaan wakaf bagaimana pengelolaan dan pengembangan wakaf di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya.

##### b. Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi antara pelaku wawancara dan orang yang diwawancarai melalui komunikasi secara langsung.<sup>22</sup> Penulis melakukan wawancara secara langsung terhadap ketua dan sekertataris Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya.

dimiliki oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya, berisi pernyataan yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya (YATAWAPP).

##### c. Dokumentasi

<sup>21</sup> Ulil Absor Faiq Abdillah, "Tingkat Kinerja Lembaga Amil Zakat Nahdlatul Ulama Dan Muhamadiyah Surabaya Dengan Indikator Indonesia Zakat & Development Report (IZDR) 2011", (Skripsi—UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019), 18.

<sup>22</sup> Iryana Rizky Kawasati, "Teknik Pengumpulan Metode Kualitatif", <https://osf.io/cy9de/download/?format=pdf>, diakses pada tanggal 15 Januari 2021.

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan data melalui arsip-arsip, buku-buku, teori, dalil-dail, dan lain lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.<sup>23</sup> Pencarian data dengan cara menelaah dokumen-dokumen yang berkaitan dengan implementasi pengembangan Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya.

#### 5. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengelolaan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. *Organizing* adalah pengelompokan data yang akan dianalisis oleh peneliti serta menyusun data yang diperoleh dari Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya. Hal ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data.
- b. *Editing* adalah memeriksa kembali data yang diperoleh oleh peneliti. Hal ini untuk mengetahui data yang terkumpul baik dan dapat diolah dengan dengan baik. Peneliti mengambil data mengenai implementasi pengembangan Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya
- c. *Analizing* adalah proses mempelajari dan mengolah data yang dilakukan oleh peneliti, agar dapat diambil kesimpulan dari data tersebut. Data yang dianalisis oleh peneliti adalah data implementasi pengembangan Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya.<sup>24</sup>

#### 6. Teknik Analisis Data

---

<sup>23</sup> Ibid, .

<sup>24</sup> Ayu Ana Widiastutik, "Manajemen Pengelolaan Wakaf Uang Untuk Pengembangan Pendidikan Di Pusat Pengelolaan Dana Sosial Universitas Airlangga Surabaya", (Skripsi---Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019), 20-21.

Peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk memaparkan dan menggambarkan bagaimana implementasi pengembangan Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya. Kemudian peneliti melakukan analisis dengan teori manajemen strategi dan mengkajinya sesuai dengan kejadian di lapangan.<sup>25</sup>

## **I. Sistematika Pembahasan**

Secara garis besar sistematika pembahasan penelitian ini terdiri dari lima bagian atau bab terbagi beberapa sub-sub pembahasan.

Bab I Pendahuluan. Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Identifikasi dan Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Kajian Pustaka, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Definisi Operasional, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka terbagi menjadi beberapa sub, pada bab ini menjelaskan mengenai 3 kajian teori. Pertama, Teori Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif. Kedua, Teori Pengembangan Wakaf Produktif, Faktor Pendukung Dan Penghambat Pengembangan Wakaf Produktif. Ketiga, Teori Tentang Pasar Tradisional Serta Fungsi Pasar Bagi Masyarakat.

Bab III Gambaran Umum Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya, meliputi sejarah Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya, Visi dan Misi Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya, Struktur Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya, Program-program Yayasan Tanah Wakaf

---

<sup>25</sup> Ayu Ana Widiastutik, "Manajemen Pengelolaan Wakaf Uang Untuk Pengembangan Pendidikan Di Pusat Pengelolaan Dana Sosial Universitas Airlangga Surabaya", (Skripsi---Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019), 20-21

Pasar Paing Surabaya dan Hasil wawancara peneliti terhadap ketua dan wakil serta pedagang Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya sebanyak sebelas orang.

Bab IV Analisis implementasi pengelolaan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya dan Analisis SWOT Pada Pengembangan Wakaf Produktif Di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya.

Bab V Penutup. Merupakan akhir dari pembahasan dalam skripsi ini. Bab ini berisi Kesimpulan dan Saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkaing dengan penelitian.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Wakaf Produktif

##### 1. Pengertian Wakaf

Definisi wakaf secara terminologi sangat berkaitan dengan istilah fikih, sehingga pendapat ulama fikih sangat penting untuk disebutkan di sini :<sup>26</sup>

##### a. Menurut Ulama Hanafiyah

Ketika berbicara tentang wakaf, ulama Hanafiyah memisahkan antara definisi yang diutarakan oleh Imam Abu Hanifah sendiri dengan para pengikutnya. Al-Murghinani mengutip definisi dari Abu Hanifah, yang menyatakan bahwa wakaf adalah menahan substansi harta pada kepemilikan wakif dan menyedekahkan manfaatnya. Mayoritas ulama Hanafiyah yang meriwayatkan definisi ini dari Abu Hanifah menyatakan bahwa definisi wakaf ini belum tuntas dalam menjabarkan makna wakaf. Kamal bin Himam mengatakan bahwa menurut definisi ini, seorang wakif masih bisa menjual harta itu jika dia menginginkan. Hak kepemilikan juga masih ada padanya, sebagaimana sebelum dia memberikan manfaat harta itu sebagai sedekah. Hal ini karena wakif hanya menyatakan keinginan untuk menyedekahkan manfaat harta, sehingga dia bisa memutuskan amalnya kapan saja, seperti halnya sebelum dia mewakafkannya.

---

<sup>26</sup> Abdurrohman Kasdi, *"Fiqh Wakaf Dari Wakaf Klasik Hingga Wakaf Produktif"*, (Yogyakarta: Idea Press, 2017).

b. Menurut Ulama Malikiyah

Menyatakan bahwa wakaf adalah Memberikan manfaat sesuatu, pada batas waktu keberadaannya, bersamaan tetapnya sesuatu yang diwakafkan pada pemiliknya, meskipun hanya perkiraan. Penyebutan kalimat ‘memberikan manfaat’ maksudnya mengecualikan pemberian barang, seperti hibah. Karena orang yang berhibah memberikan barang kepada orang yang dihibahi. Kalimat ‘sesuatu’ maksudnya selain manfaat uang atau yang diuangkan, karena sesuatu itu cakupannya lebih umum, hanya saja dikhususkan dengan definisi tetapnya kepemilikan.

Kalimat ‘batas waktu keberadaannya’ adalah kalimat penjelas untuk sesuatu yang dipinjamkan dan sesuatu yang dikelola. Hal itu karena orang yang meminjamkan berhak untuk menarik barang yang dipinjamkan. Kalimat ‘tetapnya wakaf dalam kepemilikan si pemberi wakaf’ adalah kalimat penjelas, maksudnya bahwa orang yang diberi wakaf ibarat seorang hamba yang melayani tuannya hingga meninggal. Artinya penerima wakaf tidak punya hak milik atas harta wakaf yang dijaganya itu. Kalimat ‘meskipun hanya perkiraan’ maksudnya adalah kepemilikan atau pemberian.

Lebih dari definisi wakaf yang telah dijelaskan di atas, barangkali definisi wakaf menurut as-S}awi dalam kitab “Balagah as-Salik” lebih mencakup semua jenis wakaf, dan pada saat yang bersamaan ia juga mengemukakan pendapat mazhab Maliki dengan jelas. Definisi wakaf menurutnya adalah: “Menjadikan manfaat barang



yang dimilikinya atau hasilnya kepada orang yang berhak sepanjang waktu yang ditentukan oleh wakif.” Di sini ia mempertegas makna pembatasan waktu sesuai dengan keinginan wakif, dan bukan karena adanya harta benda wakaf saja, sebagaimana yang dikatakan oleh Ibn ‘Arafah.

c. Menurut Ulama Syafi’iyah

Dalam kitab *Tahrir al-Faz at-Tanbih*, Imam Nawawi yang bermazhab Syafi’i mendefinisikan wakaf sebagai Penahanan harta yang bisa dimanfaatkan dengan tetap menjaga keutuhan barangnya, terlepas dari campur tangan wakif atau lainnya, dan hasilnya disalurkan untuk kebaikan semata-mata dan untuk taqarrub (mendekatkan diri) kepada Allah. Definisi ini mempertegas terlepasnya harta dari kepemilikan wakif, terlepas dari campur tangan wakif atau lainnya, dan hasilnya disalurkan demi kebaikan semata-mata untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Menurut Menurut Ibn Hajar al-Haitami, wakaf adalah: menahan harta yang bisa dimanfaatkan dengan menjaga keutuhan harta tersebut, dengan memutus kepemilikan barang dari pemiliknya untuk hal-hal yang dibolehkan. Al-Minawi juga mendefinisikan wakaf dengan: menahan harta benda yang dimiliki dan menyalurkan manfaatnya dengan tetap menjaga pokok barang dan keabadiannya yang berasal dari para dermawan atau pihak umum selain dari harta maksiat semata-mata karena ingin mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Definisi yang mewakili ulama Syafi'iyah dan lebih komprehensif adalah definisi al-Qalyubi yang mengatakan bahwa wakaf adalah Penyebutan kata habs artinya menahan dan berarti juga al-man'u (mencegah), berkedudukan sebagai jenis yang mencakup semua bentuk habs, seperti rahn (gadai) dan hajr (sita jaminan). Kata mal sebagai penjelas kata habs, sehingga tidak termasuk di dalamnya segala sesuatu yang bukan harta, seperti arak dan babi, karena menurut kaum Muslimin keduanya bukanlah harta. Kalimat yumkinu al-intifa'u bihi ma'a baqa'i ainihi adalah kalimat penjelas yang mengecualikan barang riil yang tidak bisa diambil manfaatnya, seperti wangi-wangian dan makanan. Adapun kata 'ala masrafin mubahin juga sebagai penjelas, yang berfungsi membatalkan wakaf jika diberikan kepada jalur yang tidak mubah, seperti memberikan wakaf kepada orang yang sering memerangi umat Islam atau orang yang senang berbuat maksiat.

#### d. Menurut Ulama Hanabilah

Definisi wakaf yang dikemukakan oleh ulama Hanabilah ini berasal dari hadis Nabi Saw. kepada Umar bin Khatab ra., "Tahanlah asalnya dan alirkanlah hasilnya." Maksud dari kata "asal" adalah barang yang diwakafkan dan maksud dari kalimat "mengalirkan manfaat" adalah memberikan manfaat barang yang diwakafkan, berupa keuntungan dan hasilnya, untuk kemaslahatan umat. Al-Kabisi memberikan analisis terhadap definisi ini pertama, definisi ini tidak menyebutkan orang yang akan mengurus kepemilikan harta wakaf

setelah diwakafkan. Kedua, definisi ini tidak memuat tambahan definisi yang lain secara rinci, seperti syarat mendekatkan diri kepada Allah, atau tetapnya kepemilikan wakif, atau keluarnya wakif dari kepemilikannya dan perincian lainnya.

## 2. Hukum Wakaf<sup>27</sup>

### a. Al-Quran

Dalam al-Qur'an, kata wakaf tidak ditemukan secara tekstual. Tujuan waqaf sebagai amalan kebaikan dijadikan dasar para ulama dalam menerangkan konsep wakaf pada keumuman ayat-ayat al-Qur'an yang memerintahkan manusia untuk berbuat baik dengan berinfak. Di antaranya, QS. Al-Baqarah keumuman ayat-ayat al-Qur'an yang memerintahkan manusia untuk berbuat baik [2]: 261-262, yang menjelaskan tentang imbalan pahala dan kebaikan dengan berinfak. Diantaranya QS. Al-Baqarah [2]: 261-262, yang menjelaskan tentang imbalan berlipat-lipat bagi mereka yang menafkahkan hartanya di jalan Allah.

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سَنَابِلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ۚ ٢٦١ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتْبِعُونَ مَا أَنْفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذًى لَّهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ٢٦٢

“Artinya: 261. Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha

<sup>27</sup> Bank Indonesia and UNAIR, *Wakaf: Pengaturan Dan Tata Kelola Yang Efektif, Seri Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, Pertama (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2016).

Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui 262. Orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkahkanya itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati”

b. Al-Hadis

Adapun Hadis Rasulullah yang menjadi dasar hukum wakaf adalah kisah

Adapun hadits Rasulullah yang menjadi dasar hukum wakaf adalah kisah Umar bin al-Umar bin al-Khatthab yang mendapatkan tanah di Khaibar, kemudian Khatthab yang mendapatkan tanah di Khaibar, kemudian menahan tanah tersebut dan menahan tanah tersebut dan menyedekahkan hasilnya sesuai dengan menyedekahkan hasilnya sesuai dengan anjuran Rasulullah.

3. Wakaf Produktif

Wakaf produktif secara terminologi adalah transformasi (proses penambahan nilai) dari pengelolaan wakaf yang alami menjadi professional untuk meningkatkan atau menambah manfaat nilai wakaf. Wakaf produktif adalah sebuah cara pengelolaan wakaf yang berasal dari umat dan memproduktifkan wakaf tersebut dalam arti mendatangkan aspek ekonomi. Dari pengelolaan wakaf produktif tersebut diharapkan mampu menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan. Keuntungan ini yang nantinya dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan para pihak yang berhak menerima manfaatnya, sehingga dalam batasan-batasan tertentu,

wakaf telah berfungsi untuk menyejahterahkan masyarakat. Mengenai harta wakaf yang termasuk dalam wakaf produktif antara lain.

Wakaf uang dan surat berharga, wakaf satuan rumah susun, wakaf tanah, wakaf benda bergerak seperti air, bahan bakar minyak dan kendaraan, serta wakaf hak atas kekayaan intelektual. Tradisi pengembangan wakaf yang dikelola kemudian memunculkan berbagai fenomena yang mengakibatkan perwakafan di Indonesia mengalami perkembangan yang menggembirakan.<sup>18</sup> Sehingga lahir Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, perwakafan mulai terus dibenahi dengan melakukan pembaharuan di bidang pengelolaan dan pengembangan paham wakaf secara umum.<sup>28</sup>

#### 4. Rukun Wakaf<sup>29</sup>

##### a. Wakif

Ada beberapa syarat menjadi wakif, sebagai berikut :

1. Orang yang berwakaf harus merdeka dan pemilik penuh dari harta yang diwakafkan. Maka, tidak sah wakaf bila dilakukan oleh seorang hamba sahaya, karena hamba sahaya tidak memiliki hak memiliki. Demikian pula mewakafkan sesuatu yang belum menjadi miliknya, atau mewakafkan benda hasil rampokan. Karena itu, seorang pewakif harus memiliki harta benda itu sepenuhnya pada saat ia mewakafkannya.

<sup>28</sup> Fikri Amiruddin Ihsani Novi Febriyanti, "Cash Waqf Linked Social Entrepreneur," n.d.

<sup>29</sup> Bank Indonesia and UNAIR, *Wakaf: Pengaturan Dan Tata Kelola Yang Efektif*.

2. Orang yang berwakaf harus berakal sempurna. Maka, tidak sah wakaf dari orang gila, orang yang lemah akalnya karena sakit atau usia, orang yang idiot atau dungu karena akalnya tidak sempurna.
3. Orang yang berwakaf harus cukup umur. Maka, tidak sah wakaf bayi yang belum mencapai akil baligh. Tanda-tanda baligh pada umumnya bila terjadi mimpi basah, datang bulan bagi perempuan, atau yang sudah mencapai umur 15 tahun secara umum, dan mencapai umur 17 tahun menurut Abu Hanifah.
4. Orang yang berwakaf harus jernih pikirannya dan tidak tertekan. Tidak sah wakaf dari orang-orang yang emosinya sedang labil, atau sedang bangkrut dan banyak utang, atau pada saat lupa ingatan.

b. Barang Yang Diwakafkan

Secara umum, ulama memiliki pendapat yang sama dalam mensyaratkan harta wakaf, yaitu harta yang tetap, diketahui wujudnya, milik pewakaf sepenuhnya, dan tidak ada pilihan khiyar

c. Mauquf Alaih (Penerima Wakaf)

Penerima wakaf adalah orang-orang yang mendapat kepercayaan untuk memelihara barang wakaf dan memanfaatkannya untuk kepentingannya atau kepentingan lainnya. Dalam hal ini, wakif bisa menentukan langsung siapa penerima wakafnya, atau diserahkan kepada siapa saja yang mampu mengelolanya, syarat-syarat sebagai penerima wakaf adalah sebagai berikut;

- 1) Penerima wakaf harus ada ketika proses wakaf terjadi.

- 2) Hendaknya orang yang menerima wakaf memiliki kemampuan untuk memiliki
- 3) Hendaknya wakaf tersebut bukan untuk hal-hal yang melanggar perintah Allah SWT. Seperti
- 4) Hendaknya penerima wakaf diketahui secara pasti keberadaannya.

d. Ikrar

Para ulama sepakat bahwa ikrar wakaf menggunakan kata waqafu (saya mewakafkan), penggunaan lafadz ini lebih jelas dan tidak perlu keterangan lain, baik dari segi bahasa, istilah dan tradisi. Adapun kata habistu (saya menahan hak saya), sabiltu (saya berikan jalan), atau abbadtu (saya serahkan selamanya) masih menjadi perdebatan keabsahannya oleh para ulama. Namun, secara mendasar, menggunakan kata apa saja dalam menyampaikan benda wakaf boleh saja dilakukan, meskipun dalam menggunakan bahasa lokal asing. Sebab, bahasa hanya merupakan sarana untuk mengucapkan maksud, tidak merubah tujuan dari yang diinginkan.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## B. Pasar Tradisional

### 1. Pengertian Pasar

Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.<sup>30</sup>

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari

---

<sup>30</sup> Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional.



suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.<sup>31</sup>

## 2. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Syarat-syarat pasar tradisional menurut peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007, tentang pembangunan, penataan dan pembinaan pasar tradisional, adalah: 1) Aksesibilitas, yaitu kemungkinan pencapaian dari dan ke kawasan, dalam kenyataannya ini berwujud jalan dan transportasi atau pengaturan lalu lintas, 2) Kompatibilitas, yaitu keserasian dan keterpaduan antara kawasan yang menjadi lingkungannya, 3) Fleksibilitas, yaitu kemungkinan pertumbuhan fisik atau pemekaran kawasan pasar dikaitkan dengan kondisi fisik lingkungan dan keterpaduan prasarana dan 4) Ekologis, yaitu keterpaduan antara tatanan kegiatan alam yang mewadahnya.<sup>32</sup>

## 3. Faktor-Faktor Pengembangan Pasar Tradisional

<sup>31</sup> Ni Made Winda Roosdiana Devi, "Pasar Umum Gubug Di Kabupaten Grobogan Dengan Pengolahan Tata Ruang Luar Dan Dalam Melalui Pendekatan Ideologi Fungsionalisme Utilitarian," *Universitas Atma Jaya. Yogyakarta*, no. 25 (2013): 12–52.

<sup>32</sup> Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional.

a. Lingkungan eksternal

Adalah segala keseluruhan faktor yang ada di luar organisasi yang dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatan organisasi. Beberapa faktor tersebut, antara lain politik, hukum, kebudayaan, teknologi, sumberdaya alam, demografi, dan sebagainya. Adalah penyebab perubahan yang berasal dari luar, atau sering disebut lingkungan. Organisasi bersifat responsive terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya. Oleh karena itu, jarang sekali organisasi melakukan perubahan besar tanpa adanya dorongan yang kuat dari lingkungannya. Artinya, perubahan yang besar itu terjadi karena lingkungan menuntut seperti itu. Beberapa penyebab perubahan organisasi yang termasuk faktor ekstern adalah perkembangan teknologi, faktor ekonomi, dan peraturan pemerintah.

b. Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah segala keseluruhan faktor yang ada di dalam organisasi di mana faktor tersebut dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatannya. Penyebab perubahan yang berasal dari dalam organisasi yang bersangkutan dapat berasal dari sumber. Misalnya, pengaruh kebijakan manajemen organisasi dan gaya, sistem dan prosedur, serta sikap karyawan. Perubahan organisasi dilakukan untuk mencocokkan dengan kebutuhan yang ada.

### C. Teori Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2018), SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisi SWOT.<sup>33</sup>

Menurut Wijayati (2019), analisis SWOT merupakan suatu metode yang memuat perencanaan strategis guna mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat diaplikasikan dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses dalam analisis SWOT akan melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek. Untuk mendukung analisisnya, juga dilakukan dengan melalui identifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan suatu organisasi atau bisnis.<sup>34</sup>

Selanjutnya Wijayati (2019) menyatakan bahwa analisis SWOT juga dianggap sebagai instrumen ampuh yang dapat dimanfaatkan dalam melakukan

---

<sup>33</sup> Rangkuti, Freddy. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 38

<sup>34</sup> Wijayati, Hasna. Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis. (Yogyakarta: Quadrant, 2019), 44.

analisis strategi karena SWOT dapat membantu para penggunanya agar dapat menentukan strategi perusahaan sehingga perusahaan dapat memperoleh gambaran jelas serta strategi tepat guna memaksimalkan peranan faktor kekuatan perusahaan, membantu perusahaan mampu melihat peluang sehingga peluang tersebut dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk meminimalkan kelemahan dalam tubuh organisasi. Dengan kata lain, SWOT mampu membantu perusahaan menentukan strategi efektif untuk membuahkan hasil yang diharapkan.

Secara lebih terperinci, pengertian analisis SWOT dapat dijabarkan sebagai metode perencanaan strategis yang digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threat* (ancaman) dalam suatu perusahaan. Kata SWOT diambil dari singkatan terhadap kelompok-kelompok faktor internal dan eksternal tersebut. SWOT mengidentifikasi terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang dilakukan dengan tujuan untuk mencapai keuntungan sesuai tujuan usaha atau proyek yang ditentukan.

Analisis SWOT populer terutama dalam ranah perekonomian. Analisis SWOT semakin banyak digunakan sebagai landasan teori untuk menemukan strategi pengembangan bisnis. Pada penerapannya, SWOT juga banyak dipakai dalam penentuan strategi pemasaran dan penjualan produk, dan juga untuk menemukan ide atau program bisnis terbaru. Bahkan, analisis SWOT dianggap sebagai metode analisis paling efektif dan efisien yang pernah ada untuk memetakan kekuatan dan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan

sekaligus mendapatkan strategi pencapaian tujuan yang tepat. SWOT juga biasa digunakan untuk menganalisis kondisi yang membutuhkan sebuah rencana untuk melakukan suatu program kerja (Wijayati, 2019).

Berikut adalah empat unsur yang membentuk SWOT (Wijayati, 2019):

1. *Strenght* (S) Kekuatan

Kekuatan merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Di dalam kekuatan ini, kita akan mencari unsur karakteristik perusahaan yang menunjukkan kekuatannya, yakni secara spesifik mampu memberikan kelebihan atau keuntungan bagi perkembangan bisnis.

2. *Weakness* (W) Kelemahan

Unsur kelemahan juga merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Dalam unsur kelemahan ini, perlu ditemukan unsur karakteristik perusahaan yang berkaitan dengan kelemahan yang mungkin dapat menghambat laju perkembangan perusahaan tersebut.

3. *Opportunities* (O) Peluang

Peluang merupakan unsur eksternal atau berasal dari luar perusahaan. Dalam peluang, kita perlu mencari unsur karakteristik yang berkaitan dengan peluang-peluang dari lingkungan sekitar atau sektor terkait yang ada bagi perusahaan tersebut, sehingga mampu mendorong perusahaan agar mengalami kemajuan.

4. *Threats* (T) Ancaman

Faktor ancaman adalah bagian dari faktor eksternal perusahaan. Faktor ancaman meliputi berbagai unsur yang berkaitan dengan ancaman-ancaman dari situasi di luar perusahaan yang memungkinkan untuk menghambat perusahaan, menempatkan perusahaan dalam situasi sulit, atau menimbulkan masalah yang sulit untuk dihadapi oleh perusahaan.

Ketika melakukan analisis SWOT kita akan berusaha menggali faktor internal perusahaan yang dapat mewujudkan profil perusahaan ideal. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk lebih memahami mengidentifikasi kekuatan dan kelemahannya. Lalu dari kekuatan dan kelemahan ini dapat dilakukan identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang ada dari luar perusahaan. Hal inilah yang dapat menjadi pedoman perusahaan untuk menghasilkan pilihan strategi atau alternatif lain dalam manajemen strategis perusahaan.

Kekuatan dan kelemahan yang diuraikan dalam analisis diperoleh dari faktor internal perusahaan. Ini artinya, faktor ini sepenuhnya berada di dalam kendali perusahaan atau bersifat *controllable*. *Strength* atau kekuatan yang secara komparatif dimiliki oleh perusahaan sangat menentukan kesuksesan perusahaan. Ketika elemen kekuatan ini semakin besar, dampak positif yang diberikan bagi perusahaan juga akan semakin besar. Adapun *weakness* atau kelemahan yang dimiliki perusahaan secara komparatif akan memberikan dampak negatif pula, ketika *weakness* yang dimiliki tinggi.

Menurut Kotler dalam Wijayati (2019) analisis keunggulan strategis yang berhubungan dengan kekuatan dan kelemahan harus dilakukan dengan sangat teliti dan cermat, melalui analisis internal. Adapun analisis internal

tersebut merujuk proses perencanaan strategis yang dilakukan untuk mengkaji beberapa hal seperti:<sup>35</sup>

1. Pemasaran dan distribusi perusahaan.
2. Penelitian dan pengembangan produksi dan operasi.
3. Sumber daya dan karyawan.

Hal ini penting dilakukan karena dengan cara inilah dapat mengetahui apakah perusahaan memiliki kemampuan yang penting. Kemampuan penting yang dimaksud dapat membantu perusahaan untuk mengetahui apa cara yang paling efektif yang dapat membantu perusahaan memanfaatkan peluang dan dapat menanggulangi ancaman yang ada dalam lingkungannya.

Di sisi lain, peluang dan ancaman diperoleh dari faktor eksternal. Karena berasal dari faktor eksternal perusahaan, faktor-faktor ini tidak dapat dikendalikan perusahaan atau bersifat *uncontrollable*. Pada dasarnya, *opportunity* merupakan peluang bagi perusahaan untuk sukses. Sementara di sisi lain, ada *threat* yang merupakan ancaman yang datang dari luar yang berpotensi mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Meski kedua faktor ini berada di luar kendali perusahaan, wajib bagi perusahaan untuk mampu menghadapi dan melakukan antisipasi terhadap aneka faktor tersebut.

Jauch dan Glueck dalam Wijayati (2019) menyatakan bahwa faktor eksternal yang berpengaruh cukup banyak terhadap perkembangan bisnis adalah sosioekonomi, teknologi, pemasok, pesaing dan pemerintah. Bersikap waspada terhadap faktor eksternal adalah penting, sebab faktor ini bisa

---

<sup>35</sup> David dan David. Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing. (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 12.



berubah kapan saja tanpa bisa diduga. Perubahan dapat muncul seketika dan dapat memengaruhi perjalanan perusahaan.<sup>36</sup>

Analisis lingkungan faktor eksternal ini juga dapat dipahami sebagai proses yang digunakan oleh perencana strategi untuk melakukan pemantauan sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman bagi perusahaan. Manajemen strategi perlu untuk menguasai peluang dan ancaman serta menentukan kemungkinan datangnya peluang dan ancaman tersebut. Manajemen strategi juga akan memprediksi apa saja yang akan timbul dalam aneka faktor tersebut. Diagnosis lingkungan merupakan putusan manajemen yang disusun dengan landasan penilaian pentingnya informasi mengenai peluang dan ancaman dari analisis lingkungan.

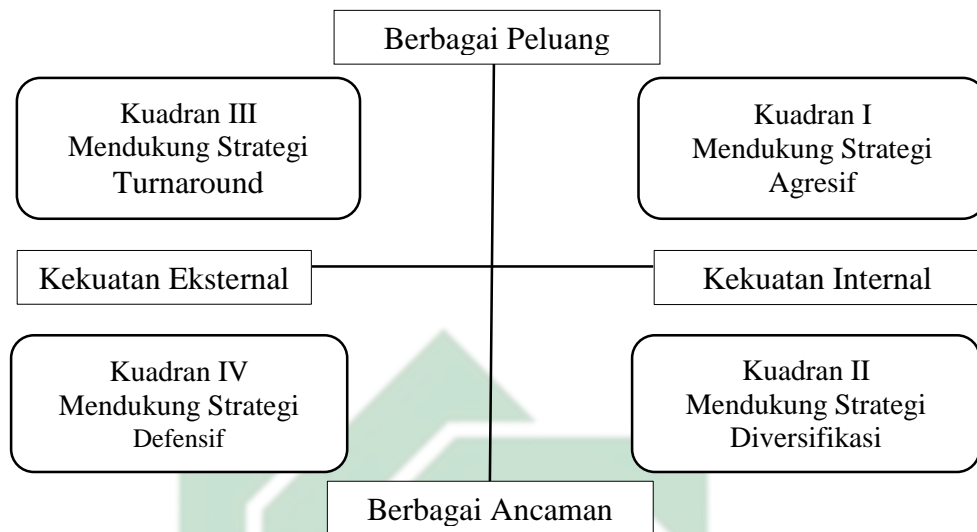
Dalam melakukan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan, perusahaan dapat menguraikan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan kedalam bagian-bagian pada uraian kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada matrix IFAS (*Internal Strategic Factory Analysis Summary*) dan matrix EFAS (*Eksternal Strategic Factory Analysis Summary*) yang kemudian dianalisis dalam diagram SWOT dan matriks SWOT.

Pada diagram SWOT, perusahaan dapat melihat bahwa kondisi perusahaan akan dipengaruhi oleh empat segmen utama yang dikelompokkan dalam empat kuadran. Adapun empat kuadran tersebut dibagi dalam kuadran I, II, III dan IV dengan karakteristiknya masing-masing. Berikut adalah diagram analisis SWOT dan keterangan dari masing-masing kuadran :

---

<sup>36</sup> Widajanti, Erni. 2014. "Peran Strategi Operasi Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Bagi Perusahaan". Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 14, No. 1, April 2014: 77-90





Gambar 2.1  
Diagram SWOT

Kuadran 1 : Pada situasi kuadran 1, perusahaan berada pada situasi yang paling menguntungkan. Posisi pada kuadran 1, berarti perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan. Strategi yang harus diambil dalam kondisi seperti ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif atau *growth oriented strategy* dengan memanfaatkan peluang yang ada serta kekuatan internal yang dimiliki perusahaan.

Kuadran 2: Pada suatu perusahaan yang telah melakukan identifikasi mengenai kekuatan inti akan menghadapi situasi lingkungan yang tidak menguntungkan. Walaupun mempunyai ancaman dari lingkungan eksternal, perusahaan masih mempunyai kekuatan dari internal perusahaan yang bisa digunakan sebagai nilai tambah. Dalam situasi seperti ini, strategi yang harusnya diterapkan oleh perusahaan adalah menggunakan kekuatan yang dimilikinya yaitu sumber daya dan kompetensinya untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan melakukan diversifikasi.

Kuadran 3: perusahaan memiliki peluang yang sangat besar dari pasar tetapi perusahaan mempunyai kelemahan dari sumber daya internal. Fokus dari strategi perusahaan yang berada dalam kondisi seperti ini harusnya adalah menghilangkan kelemahan internal sehingga dapat berkonsentrasi pada mengejar peluang pasar yang tersedia.

Kuadran 4: Posisi ini merupakan situasi yang paling tidak menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan selain mempunyai hambatan pada faktor eksternalnya yaitu adanya ancaman dari pasar, juga mempunyai hambatan pada sumber daya internal. Situasi tersebut tentu saja membutuhkan strategi yang dapat mengurangi atau bahkan dapat mengarahkan kembali keterlibatan produk atau pasar yang telah ditelaah menggunakan analisis SWOT.

Posisi pada kuadran I menandakan sebuah perusahaan yang kuat dan berpeluang, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*) ataupun dengan rekomendasi strategi progresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

Strategi diversifikasi didefinisikan sebagai suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk baru atau jasa ataupun memperbaiki tipe, warna, mode, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal

*Turnaround strategy* adalah strategi untuk membalikkan penurunan profitabilitas kembali menuju pemulihan dan mencapai masa depan yang berkelanjutan. Perusahaan dalam krisis membutuhkan tindakan drastis dan restrukturisasi untuk menghasilkan perubahan haluan. Tindakan tersebut dapat berupa: *downsizing*, Melepaskan beberapa anak usaha atau unit bisnis non-inti, perubahan manajerial dengan mengganti tim manajemen puncak yang lebih kompeten, bersama tim manajemen baru merancang strategi baru untuk meningkatkan kinerja operasi bisnis secara lebih agresif, termasuk dalam hal efisiensi, kualitas, inovasi, dan responsifitas pelanggan.

Strategi defensif yaitu strategi pengurangan kemungkinan beralihnya pelanggan ke pihak lain dengan langkah memperbaiki produk dan melindungi pangsa pasar dari para pesaing.

Selain dapat diwujudkan dalam bentuk diagram, analisis SWOT juga dapat dipahami dalam bentuk matriks. Dengan matriks SWOT dapat diperoleh gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dengan disesuaikan pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.<sup>37</sup> Berikut bentuk matriks analisis SWOT:

---

<sup>37</sup> Wijayati, Hasna. Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis. (Yogyakarta: Quadrant, 2019), 44.

Tabel 2.1  
Matriks SWOT

<b>Faktor-faktor Intenal (IFAS)</b>	<b><i>STRENGHT</i> / KEKUATAN (S)</b>	<b><i>WEAKNESS</i> / KELEMAHAN (W)</b>
<b>Faktor-faktor Eksternal (EFAS)</b>	Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<b><i>OPPORTUNITIES</i> / PELUANG (O)</b>	<b>STRATEGI SO</b>	<b>STRATEGI WO</b>
Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b><i>THREATS</i> / ANCAMAN (T)</b>	<b>STRATEGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (2018)

Dari matriks diatas akan dihasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya. Strategi yang dapat dipetakan dari matriks SWOT yaitu strategi SO, WO, WT dan ST. Berikut penjelasannya:<sup>38</sup>

#### 1. Strategi SO (*Strenght Opportunities*)

Strategi SO adalah strategi yang muncul dari pemetaan *strenght* dan *opportunities* (kekuatan dan peluang). Dengan strategi ini, perusahaan dapat berusaha untuk memilih keuntungan dengan jalan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan sekaligus dengan memanfaatkan peluang yang ada. Dapat dilihat pada matriks SWOT, keberadaan kolom kekuatan.

<sup>38</sup> Rangkuti, Freddy. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 38

Kekuatan tersebutlah yang akan menjadi modal dasar perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada dikolom sebelahnyanya. Dengan modal dasar yang ada dan berkaca pada peluang yang tersedia, perusahaan bisa menentukan pilihan strategi aksesibilitas yang sesuai. Menentukan kekuatan dan peluang yang paling relevan. Cara ini akan membantu perusahaan mengembangkan keuntungan dengan lebih baik. Strategi SO dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan. Perusahaan harus bisa menilai sendiri mana kekuatan yang dapat dimanfaatkan guna merebut dan memanfaatkan peluang sebesar mungkin

## 2. Strategi WO (*Weakness dan Opportunities*)

Pada strategi WO alias *weakness* dan *opportunities*, perusahaan dituntut untuk mampu memanfaatkan peluang dengan jalan menghilangkan kelemahan-kelemahan yang dimiliki. Pada matriks SWOT, perusahaan dapat melihat dengan jelas daftar berbagai bentuk kelemahan dan peluang yang telah diidentifikasi dari pengamatan dan penelitian. Kemudian ditentukan strategi yang tepat untuk menyesuaikan dengan peluang yang ada. Dusahakan agar strategi yang diambil dapat meminimalkan kelemahan sekaligus memanfaatkan peluang yang tersedia. Petakan bentuk-bentuk kegiatan apa saja yang secara praktis memungkinkan untuk dilakukan. Strategi WO diterapkan dengan landasan pemanfaatan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

### 3. Strategi WT (*Weakness Threats*)

Pada strategi WT, perusahaan perlu menentukan strategi yang mampu dilakukan guna mengendalikan ancaman yang ada dengan jalan meminimalkan kelemahan-kelemahan. Matriks SWOT dapat menunjukkan mengenai berbagai ancaman yang telah diidentifikasi pada perusahaan. Ancaman ini jelas dapat memengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu dicari jalan terbaik dalam menghindari ancaman tersebut, sekaligus dengan meminimalkan kelemahan. Strategi ST dibuat berdasarkan pada perusahaan tentang bagaimana untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki demi mengatasi ancaman.

### 4. Strategi ST (*Strength Threats*)

Strategi *strength* dan *threats* mengharuskan perusahaan untuk membentuk strategi yang mampu mengerahkan kekuatan untuk menghindarkan perusahaan dari ancaman yang ada. Dari matriks SWOT, diperhatikan berbagai kekuatan yang tersedia. Lalu, perusahaan bisa memilih kekuatan-kekuatan yang bisa dimanfaatkan untuk menghindari ancaman yang datang. Strategi WT dibuat dengan berdasarkan pada kegiatan perusahaan yang sifatnya defensif dengan berusaha meminimalkan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta menghindari ancaman yang ada.

Pembuatan matriks SWOT dapat membantu perusahaan agar bisa mengembangkan bisnis dengan lebih terarah. Perusahaan dapat menentukan target bisnis secara lebih realistis. Setelah matriks SWOT dibuat, perusahaan melakukan identifikasi cara atau alternatif yang dapat digunakan untuk meraih

kesempatan dan peluang atau untuk menghindari ancaman serta mengatasi kelemahan. Matriks SWOT dianggap mampu menjadi petunjuk identitas dari berbagai faktor yang dimiliki perusahaan sehingga pada akhirnya mampu merumuskan strategi pelayanan secara tepat bagi konsumen.



### **BAB III**

#### **HASIL PENELITIAN**

##### **A. Gambaran Umum Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya**

###### **1. Sejarah Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya**

Berawal dari sebuah keinginan dan niat masyarakat yang berada disekitar masjid Al-Mustofa Rungkut Kidul yang dipelopori oleh orang-orang petani yang memiliki inisiatif dalam proses pengembangan usaha secara Islam dan tujuannya untuk memakmurkan masjid, maka dari hasil kesepakatan bersama dapat diputuskan untuk menyumbangkan sebagian tanah sawah rombongan dengan luas 80 m x 100 m, sehingga adanya i'tikad baik akhirnya terkabul tanah seluas 8000 m<sup>2</sup>.

Sejak tahun 1954 para sekelompok orang mencapai sebuah kesepakatan secara mufakat dengan menandatangani tanah yang diwakafkan dan diserahkan kepada pengurus masjid Al-Mustofa kelurahan Rungkut Kidul yang diwakilkan kepada sembilan orang gogol untuk dilanjutkan dan diserahkan kepada para ulama sebanyak lima orang atau kiyai yang menjadi pengurus masjid Al-Mustofa.

Hingga akhirnya dilakukanlah penyerahan tanah wakaf yang dilaksanakan di serambi masjid al-Mustofa dengan adanya beberapa ketentuan diantaranya ialah setiap orang gogol diperkenankan untuk memberikan sebagian hartanya berupa tanah sekitar 80m<sup>2</sup>, sedangkan ketentuan lain ialah Dasar hukum yang digunakan ialah menggunakan



syariah Islam seperti adanya wakif, mauquf, mauquf alaih dan adanya ijab qabul.

Tahun 1959 hak atas tanah sawah beralih fungsi menjadi tanah wakaf, berawal dari fungsinya yaitu untuk sektor pertanian berubah alih fungsinya menjadi lapangan olahraga. Ketentuan yang telah diberlakukan sesuai dengan kesepakatan bersama tanah wakaf tersebut dapat dimanfaatkan oleh semua umat khususnya masyarakat sekitar wilayah Kecamatan Rungkut.

Pada tahun 1972 pembangunan semakin dipercepat dengan adanya bangunan kantor kelurahan, rumah dinas dan pasar desa dengan biaya yang diperoleh dari masyarakat setempat. Pasar desa dimanfaatkan oleh pemerintah desa sebagai pemasukan hasil dari tanah wakaf yang kemudian diputar untuk operasional tanah wakaf. Seiring berjalannya waktu dan diikuti pergantian kepala desa pada tahun 1987 kepala desa mengadakan rapat secara khusus yang membahas tentang isu perihal dirubahnya status tanah wakaf menjadi tanah *bondo deso*.

Semenjak beredarnya anjuran menteri agama pada tahun 1990 akhirnya yang semula diurus oleh pemerintah desa lalu diurus suratnya berkaitan dengan sertifikat hak atas tanah berdasarkan PP No. 28 tahun 1997 Jo. Menpenag No. 1 tahun 1978 tentang Peraturan Pelaksanaan Pemerintah No. 28 tahun 1997 tentang perwakafan tanah milik dan instruksi bersama Menteri Agama dan Kepala BPN No. 4 tahun 1990, ketika sedang mengurus surat tersebut terjadi suatu hambatan dalam pelaksanaanya di

pembuatan PP No, 10 tahun 1960 dimana ditegaskan oleh Bapak Camat Rungkut bahwa tanah wakaf yang diurus telah berganti statusnya menjadi tanah *bondo deso* atas dasar pengajuan secara sepihak yang dilakukan oleh lurah tanpa persetujuan tokoh masyarakat dan beberapa orang yang terkait.

Hal ini menyalahi aturan yang telah ada berdasarkan prosedur pengalihan hak atas tanah. Mengingat hak atas tanah tersebut secara *defacto* telah dikuasai secara nyata dan tegas dalam ikrarnya bahwa tanah wakaf tersebut diperuntukkan untuk kepentingan masjid Al-Mustofa dan sosial kemasyarakatan.

Berdasarkan alasan tersebut secara kronologis dari tahun ketahun bahwa status penyerahan hak atas tanah sawah rombongan pemilik 121 eks gogol tetap dengan ketentuan syariah wakaf berdasarkan hukum Islam sebelum adanya Undang-undang baru yang mengatur, maka status hukumnya adalah sah adanya. Adapun pengalihan status tanah wakaf tersebut menjadi tanah *bondo deso* hanyalah sebagai tendensi politik dalam posisi jabatan selaku lurah. Hal ini sangat bertentangan dengan ketentuan hukum yang berlaku bahwa seseorang atau badan hukum semua perbuatan yang dilakukan oleh orang tersebut.

Berawal dari sulitnya menyelesaikan sertifikasi tanah wakaf Pasar Pahing tersebut maka pengurus Masjid al-musthofa membentuk tim 15 yang bertugas menyelesaikan status tanah wakaf tersebut dalam hal sertifikasi. Selain itu juga tim 15 mendapatkan tugas untuk mengelola tanah wakaf sehingga hasilnya bisa maksimal dalam pengelolaan tersebut. selanjutnya

tim 15 membicarakan tugas untuk membentuk kepengurusan tanah wakaf yang bersifat permanen, yang nantinya diharapkan Pengelolaan tanah wakaf tersebut menjadi jelas dengan adanya tanggung jawab dari pengurus yang

sudah dibentuk tersebut. Sekitar bulan September 2001 tim 15 sepakat mengadakan musyawarah dengan menghadirkan beberapa pemuka masyarakat di daerah Rungkut Kidul yang mengetahui seluk beluk tentang tanah wakaf, hingga pada akhirnya peserta rapat sepakat untuk membentuk kepengurusan tanah wakaf tetap dengan menyertakan pengurus atau takmir masjid al-musthofa.

## 2. Struktur Organisasi Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya

Sebagai salah satu bentuk organisasi yang terstruktur pastinya memiliki bagan atau rancangan jobdis berdasarkan struktur organisasi. Berikut merupakan struktur organisasi Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya:



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya

Kepala Pasar memiliki tugas untuk menjalankan roda organisasi Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya, memberikan solusi ketika terjadi masalah di pasar, mengayomi pegawai yang bertugas agar semakin

giat dalam bekerja. Sekretaris memiliki tugas untuk melakukan pencatatan administrasi, penerimaan surat masuk maupun pembuatan surat keluar, serta melakukan kontrak dengan para pedagang bagi penyewa stand baru.

Tim pekerjaan umum membantu sekretaris dalam mendata para pedagang setiap satu bulan sekali, melakukan peninjauan tempat perihal tentang kebersihan pasar. Sedangkan untuk tugas dari keamanan menjaga ketertiban pasar dan konsumen selalu berada pada pantauan CCTV agar tetap aman. Petugas penyedia sarana dan prasarana memiliki peran untuk melengkapi keperluan pasar.

### 3. Peraturan Hak Pakai Stand Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya

Pasar Paing, adalah Pasar Rakyat Tradisional yang berdiri di atas Tanah Wakaf atas nama Nadzir (Pengurus) Masjid Al Musthofa Rungkut Kidul, selanjutnya untuk pengelolaan diserahkan kepada Pengurus YATAWAPP, yang kemudian hasilnya sebagian di kembalikan untuk kemaslahatan umat Islam se Kelurahan Rungkut Kidul (Wilayah RW. I s/d RW. VI) Kecamatan Rungkut Kota Surabaya. Hak Pakai Stand Pasar Paing (selanjutnya disebut Hak Pakai) adalah Hak untuk mengambil manfaat ekonomis dari Pasar Paing yang dipegang oleh perseorangan atau Lembaga yang berbadan Hukum melalui akad sewa kontrak dalam waktu tertentu kepada pemilik aset / penanggungjawab pasar. Masa berlaku Hak Pakai selama 20 (dua puluh) tahun terhitung sejak ditandatanganinya surat perjanjian penyerahan hak pakai oleh penanggungjawab Pasar Paing dan Pihak pemegang hak pakai.

Hak pakai diberikan kepada perorangan atau lembaga dengan terlebih dahulu melalui proses pengajuan dan telah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh penanggungjawab Pasar. Penentuan pemberian hak pakai kepada perorangan atau lembaga adalah hak dan wewenang pemilik aset yang dipercayakan sepenuhnya kepada penanggung jawab pasar (Pengurus YATAWAPP) Hak pakai dapat diberikan apabila pihak yang mengajukan telah memenuhi pengajuan permohonan untuk mendapatkan hak pakai kepada penanggungjawab pasar, menyatakan bersedia tunduk pada peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh penanggungjawab pasar yang berhubungan dengan pemanfaatan aset dan fasilitas pasar, termasuk mengenai jenis usaha / dagangannya, melunasi biaya yang telah ditetapkan.

Hak pakai hanya digunakan oleh atau atas tanggungjawab pemegang hak pakai yang namanya terakhir tercatat dalam buku pemegang hak pakai. Hak pakai tidak dapat diperjual belikan dioperkan, disewakan kepada pihak lain 3. Penggunaan Hak Pakai harus sesuai dengan luas stand dan peruntukan usaha tanpa persetujuan pengurus YATAWAPP jenis dagangan yang tertera dalam buku stand.

## **B. Pengembangan Wakaf Pasar**

Berdasarkan awal mulanya pembangunan Pasar yang berasal dari tanah wakaf, masyarakat sekitar memberikan respon yang sangat bagus, sehingga dengan adanya respon positif dari masyarakat sekitar pengurus YATAWAPP memulai untuk membangun pasar yang lebih layak dan representative untuk perdagangan.

Pada saat YATAWA PP terlebih dahulu membuat semacam perencanaan untuk menentukan langkah dalam pembentukan pasar yang diinginkan baik dari segi arsitektur maupun keamanan bagi penjual dan pembeli nantinya. Hal ini dilakukan dengan bertujuan agar pembangunan Pasar memperoleh hasil yang efektif dan efisien.

Berdasarkan salah satu pengurus YATAWA PP jika tidak segera dibangun pasar maka akan menambah masalah, Selain itu pasar tersebut akan kurang diminati sehingga tidak memiliki daya saing dan pada akhirnya jika ada pasar baru yang lebih baik dan menarik maka pasar yang dibangun dengan apa adanya akan ditinggalkan oleh pedagang yang menghuninya dan bisa jadi daya tarik pembeli dapat berkurang meski hanya melihat dari kemasan atau keadaan luarnya saja.

Maka dari itu pengurus YATAWA PP mendatangkan kontraktor yang dipercaya dan dapat bekerja sama dalam menyelesaikan pembangunan pasar tersebut agar lebih baik. Pembangunan akan selalu dipantau oleh YATAWA PP tujuannya nya agar dapat mengetahui secara langsung proses pembangunan yang sesuai dengan keinginan pengurus agar dapat mengetahui secara langsung

proses pembangunan yang sesuai dengan keinginan pengurus YATAWA PP dan masyarakat sekitar.<sup>39</sup>

Pengurus YATAWA PP juga menjelaskan bahwa pada mulanya modal yang dipakai dalam pembangunan menggunakan dari hasil sumbangan masyarakat sekitar sehingga dari pembangunan tersebut bisa dikatakan murni dari dana dalam, artinya tidak melibatkan pemerintah sebagai donatur dalam pembangunan tersebut. Perlu disyukuri bahwa hasilnya bisa dinikmati oleh para pedagang dan pembeli untuk saat ini. Operasional pasar pengurus YATAWA PP mempekerjakan 38 karyawan mulai dari pengurus harian menarik retribusi petugas kebersihan hingga keamanan.<sup>40</sup>

Aset yang dimiliki oleh yatawa PP kurang lebih antara 240 sampai 300. Pemanfaatan aset ini merupakan bagian dari peluang dalam meningkatkan aset tanah wakaf yang ada di Pasar Pahing. Berdasarkan banyaknya aset yang dimiliki oleh Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing diantaranya ialah penyediaan stand lesehan, penyediaan stand toko satu, penyediaan stand toko dua, penyediaan stand buah, penyediaan stand Depot, penyediaan stand emas, dan penyediaan lahan parkir.

Adanya aset yang dimiliki oleh Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing memiliki peluang untuk meningkatkan produktivitas tanah wakaf. Dapat dibuktikan dengan adanya pernyataan dari salah satu pengurus bahwa setoran yang dilakukan oleh para pembuka stan di lakukan setiap hari Mulai dari stand

---

<sup>39</sup> Moch. Gufron selaku Ketua Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing, *Wawancara*, Surabaya, 24 Agustus 2021

<sup>40</sup> Suparman selaku Sekretaris Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing, *Wawancara*, Surabaya 25 Agustus 2021



lesehan sampai dengan stand mas. Dana yang harus dikeluarkan oleh para pedagang mulai dari stand lesehan sampai dengan stand mas antara harga Rp5.000 sampai Rp6.000 perhari.<sup>41</sup>

Selain dana yang terkumpul dari para pedagang Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing memiliki pemasukan dari adanya bantuan di setiap wilayah Rungkut Kidul dengan minimal pembayaran masing-masing wilayah sebesar Rp350.000 dan yang paling tinggi mencapai Rp1.000.000. artinya pengembangan aset dapat dimanfaatkan dengan baik selama administrasi yang dilakukan sesuai ketentuan Syariah.

Pemanfaatan yang dilakukan oleh Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing dialokasikan kepada ada honorer guru ngaji dan pembagian sarung kepada para santri yang ada di Masjid Al Musthofa. Selain itu terdapat bagian 13,5% dimiliki oleh Nazir, sehingga para karyawan yang bekerja di kantor Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing mendapatkan penghasilan meski dibawah UMR Surabaya. Dapat dibuktikan dengan adanya laporan penyaluran dana wakaf sebagai berikut.



No	Nama	Wilayah	No	Nama	Wilayah
1	Ketua RW 01	01	1	Ketua RW 02	01
2	H. Qur'an	01	2	H. Qur'an	01
3	H. Haniyati	01	3	H. Haniyati	01
4	H. Fathimah	01	4	H. Fathimah	01
5	Safid Nadi	01	5	Safid Nadi	01
6	F. Kurniati	01	6	F. Kurniati	01
7	H. Anwar	01	7	H. Anwar	01
8	Abdul Ilah	01	8	Abdul Ilah	01
9	H. Nur Kurniati	01	9	H. Nur Kurniati	01
10	Safid	01	10	Safid	01

Gambar 3.2 Laporan Daftar Penerima Sarung

<sup>41</sup> Moch Gufron selaku Ketua Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing...



Berbanding terbalik dengan pernyataan salah satu pengurus yayasan tanah wakaf Pasar Pahing mengatakan bahwa pergerakan yang dilakukan oleh tanah wakaf Pasar Pahing sangat lambat karena ruang lingkupnya yang swasta dan kurangnya dukungan dari pemerintah. Penyebab yang utama ialah kontrak para pedagang dalam menyewa stand berjangka 20 tahun, ketika toko tidak dibuka untuk berjualan maka tidak akan kena setoran, ini yang menyebabkan hilangnya kepercayaan masyarakat untuk melakukan jual beli di pasar tersebut.<sup>42</sup>

Didukung dengan pernyataan para pedagang, pasar semakin hari semakin mengalami penurunan pembeli dikarenakan konsistensi para pedagang juga diragukan sehingga para pembeli beralih kepada pasar kompetitor atau pasar yang lainnya, maka dari itu perlu adanya strategi baru dalam hal promosi yang dilakukan oleh para pengurus yayasan tanah wakaf Pasar Pahing.<sup>43</sup>

Selain itu pernyataan para pedagang yang lain menyatakan bahwa alasan para pembeli tidak minat untuk datang ke Pasar Pahing salah satu faktornya ialah karena barang yang dibeli tidak ada di Pasar Pahing alasan para pembeli tidak minat untuk datang ke Pasar Pahing salah satu faktornya ialah karena barang yang dibeli tidak ada di Pasar Pahing terkadang, terkadang ada juga barang yang dibeli namun tidak sesuai dengan permintaan para pembeli.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Jauhari Faqih selaku pejabat umum Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing, *Wawancara*, Surabaya 23 Agustus 2021

<sup>43</sup> Suharni selaku Pedagang, *Wawancara*, Surabaya 20 Agustus 2021

<sup>44</sup> Wahmat selaku Pedagang, *Wawancara*, Surabaya 20 Agustus 2021

Salah satu yang menjadi hambatan dalam proses pengelolaan tanah wakaf Pasar Pahing diantaranya ialah para pembeli tidak minat untuk datang ke Pasar Pahing, akses jalan kurang strategis karena berdekatan dengan lokasi tempat pembuangan sampah dan antara para pembeli dan penjual mengalami kesulitan bahasa daerah, banyak yang mayoritas pembeli menggunakan bahasa madura sedangkan para pedagang rata-rata orang jawa.

Program Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing masih belum ada namun pihak pengurus sudah melakukan perencanaan menyesuaikan dengan pasar yang menjadi kompetitor ketat. solusi dari adanya permasalahan sementara ini di dilakukan tahapan musyawarah evaluasi untuk memperbaiki kinerja pengurus atau pengelolaan Pasar Pahing yang semakin baik.<sup>45</sup>

Kondisi Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing dapat dibuktikan dengan adanya dokumen gambar. Tampak depan terlihat megah parkir yang luas dan menarik untuk dikunjungi. Berikut merupakan pasar dari tampak depan.



Gambar 3.3 Tampak depan tanah wakaf Pasar Pahing

Sudah terlihat jelas bahwa kondisi pasar ada dua lantai dan terlihat tempat parkir yang luas serta beberapa toko buka. Tanah wakaf Pasar Pahing terdapat beberapa kios seperti ruko, bahan bahan yang dijual di wilayah ruko

<sup>45</sup> Jauhari Faqih selaku pejabat umum Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing...

rata-rata sembako dan kue-kue jajanan. Terdapat beberapa tempat yang nampak dari dalam. Berikut merupakan gambar Tanah wakaf Pasar Pahing tampak dalam.



Gambar 3.4 Tampak dalam Tanah wakaf Pasar Pahing

Para pedagang yang berjualan di area dalam rata-rata penjual sayur-sayuran, daging, ikan dan beberapa biji-bijian. Aktivitas kios bagian dalam hanya dipagi hari saja, tidak sampai petang. Karena penerangan yang minim menjadi salah satu kekurangan fasilitas pasar. Ada juga kios yang selalu buka, letaknya ada dibagian sebelah kanan pasar. Berikut merupakan kios sebelah pasar.



Gambar 3.5 Tampak Samping Tanah wakaf Pasar Pahing

Kios yang berada disamping memilih untuk berjualan alat alat pembersih diri seperti sabun, sampo, pewangi baju, pbedak dan banyak lagi lainnya. Kondisi Tanah wakaf Pasar Pahing selalu mengalami pasang surut. Meskipun toko tampak samping tersebut buka sangat kecil minat para pembeli. Kebanyakan memilih ruko yang ada ditengah karena lebih dekat dengan anak tangga dan

tempat parkir. Berikut merupakan gambar Tanah wakaf Pasar Pahing dari tampak depan dibawah anak tangga.



Gambar 3.6 Kondisi Pasar Dari Tengah Lorong

Berdasarkan gambar diatas, wajar jika kios ruko yang tengah lebih ramai dari pada kios-kios lainnya. Letak strategis menjadi salah satu faktor diantaranya ialah para konsumen selalu melewati lorong tersebut untuk menuju ke arah belakang pasar. Selain itu para pedagang juga memiliki pelayanan yang ramah dan sering memanggil konsumen yang sedang melewati lorong pasar.

Berdasarkan aspek analisis SWOT yang terdapat di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing ialah sebagai berikut:

#### 1. Kekuatan

Kekuatan yang dimiliki oleh Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing di antaranya ialah adanya sertifikasi tanah wakaf yang sudah ada akta ikrar wakaf nya, selain itu yang menjadi kekuatan ialah para pedagang yang konsisten akan hal penjualannya. Laporan keuangan yang dilakukan berbentuk laporan penarikan dana distribusi setiap satu minggu sekali. Hal ini menjadi bentuk transparansi dana di bagian internal. Peraturan dan kewenangan dari pihak pengelola pasar juga memberlakukan transparansi

terhadap para pedagang. Hal ini mengantisipasi penyelewengan kewenangan terhadap penggunaan stand yang ada di Pasar Paing Surabaya.

## 2. Kelemahan

Kelemahan yang dimiliki oleh Pasar Pahing yaitu distribusi pedagang terhadap Para pengurus yayasan tanah wakaf Pasar Pahing karena banyaknya para pedagang yang masih berhutang dalam proses pembayaran stand perhari. Selain itu ada juga yang bertindak kecurangan tidak melakukan pembayaran karena keteledoran dari para pihak yang bersangkutan. Operasional yang ada di pasar pahing Surabaya terlihat masih lemah dibagian internal, hal ini karena terjadinya kepengurusan yang kurang memiliki rasa tanggung jawab terhadap pengelolaan wakaf. Nadzir yang sudah tertera di akta ikrar wakaf tidak sepenuhnya mengelola manajemen Pasar Paing Surabaya. Selain itu dengan minimnya sumber daya manusia yang ada, peneliti belum melihat bentuk marketing yang dijalankan oleh pengelola pasar, sehingga terdapat stand yang masih belum ditempati oleh para pedagang.

## 3. Peluang

Sedangkan berkaitan dengan peluang yang dimiliki oleh Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing ialah dengan memanfaatkan lahan yang luas potensi akan hal pembangunan aset wakaf juga semakin meningkat. Selain itu Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing berkesempatan untuk mengadakan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat yang ingin melakukan wirausaha. Terdapat beberapa peluang yang dapat dilakukan oleh Yayasan

tanah wakaf Pasar Pahing, yaitu dengan cara mendekati para organisasi yang ada di masyarakat seperti karang taruna, kelompok PKK, dan remaja masjid yang ada di sekitar pasar.

#### 4. Ancaman

Sedangkan ancaman yang dimiliki oleh Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing ialah parkir yang ada di tanah wakaf Pasar Pahing tidak dikelola sendiri melainkan disewakan kepada pihak perseorangan sehingga ancaman yang akan terjadi pihak perseorangan akan menguasai lahan dan terbatasnya peningkatan aset yang dimiliki oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing. Kurangnya dukungan dari pemerintah, menunjukkan bahwa tidak adanya bantuan pasar terhadap pembangunan pasar agar menjadi lebih baik.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**BAB IV**  
**ANALISIS PENGEMBANGAN WAKAF PRODUKTIF DI PASAR**  
**TRADISIONAL**

**A. Implementasi Pengelolaan Wakaf Produktif di Yayasan Tanah Wakaf  
Pasar Paing Surabaya**

Pengembangan wakaf produktif dapat dibagi menjadi dua unsur lingkungan, diantaranya ialah lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Lingkungan eksternal adalah segala keseluruhan faktor yang ada di luar organisasi yang dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatan organisasi. Beberapa faktor tersebut, antara lain politik, hukum, kebudayaan, teknologi, sumberdaya alam, demografi, dan sebagainya.

Faktor politik yang mempengaruhi pengembangan wakaf produktif secara eksternal terjadi ketika awal mula peresmian tanah wakaf yang silih berganti, pernah terjadi pengambilan hak menjadi perseorangan diakibatkan nadzir yang bertanggung jawab meninggal. Sehingga secara kepemilikan sempat tidak diketahui bahwa tanah pasar tersebut merupakan tanah wakaf. Hal ini sempat menjadi polemik yang kemudian kembali beralih menjadi tanah wakaf dan diperkuat dengan adanya akta ikrar wakaf.

Faktor hukum yang mempengaruhi pengembangan wakaf produktif secara eksternal terjadi ketika peresmian akta ikrar wakaf yang sudah ditandatangani oleh pihak saksi dan KUA setempat. Sehingga tanah yang ada



di notaris sudah beralih nama menjadi tanah wakaf yang kepemilikannya untuk kemaslahatan umat.

Faktor teknologi yang mempengaruhi pengembangan wakaf produktif secara eksternal terjadi ketika dapat memanfaatkan media sosial yang ada, seperti Instagram, Facebook dan Web. Namun sementara ini menjadi penghambat karena pengetahuan para sumber daya manusia yang ada terbatas. Sumber daya manusia kurang mengikuti dunia digital yang semua kegiatan manusia sudah beralih ke media sosial.

Lingkungan internal adalah segala keseluruhan faktor yang ada di dalam organisasi di mana faktor tersebut dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatannya. Penyebab perubahan yang berasal dari dalam organisasi yang bersangkutan dapat berasal dari sumber. Misalnya, pengaruh kebijakan manajemen organisasi dan gaya, sistem dan prosedur, serta sikap karyawan. Perubahan organisasi dilakukan untuk mencocokkan dengan kebutuhan yang ada.

Sistem yang mempengaruhi pengembangan wakaf produktif secara internal terjadi ketika kesepakatan antara pengelola pasar dan pedagang setuju atas perjanjian administrasi hak sewa kios atau lapak pasar. Karena kesepakatan di awal merupakan kejelasan akad untuk meminimalisir konflik yang terjadi di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing. Prosedur yang mempengaruhi pengembangan wakaf produktif secara internal terjadi ketika pembentukan buku hak pakai stad diterapkan di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing. Isi dari buku tersebut ialah beberapa aturan yang diberlakukan kepada



para pihak penyewa stand. Tujuannya untuk memberikan ketertiban dan kedisiplinan kepada para pedagang yang ada di pasar.

Menurut Kotler dalam Wijayati (2019) analisis keunggulan strategis yang berhubungan dengan kekuatan dan kelemahan harus dilakukan dengan sangat teliti dan cermat, melalui analisis internal. Adapun analisis internal tersebut merujuk proses perencanaan strategis yang dilakukan untuk mengkaji beberapa hal seperti:<sup>46</sup>

a. Pemasaran dan distribusi perusahaan.

Pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing belum dilakukan, karena keterbatasan pengetahuan SDM akan kecanggihan media elektronik. Sehingga konten atau bahan promosi belum bisa direalisasikan. Hal ini perlu adanya sebuah perubahan dari Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing, karena jika tidak mengambil strategi yang tepat maka akan ketinggalan dengan para kompetitor lainnya. Pemanfaatan promosi sebaiknya bukan hanya di inisiasi dari pihak pengelola pasar saja, melainkan para pihak penyewa kios seharusnya juga ikut berkontribusi dalam memasarkan produk yang dijual.

b. Penelitian dan pengembangan produksi dan operasi.

Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing tidak menciptakan sebuah produk, namun hanya bergerak dibidang jasa berupa penyewaan kios atau lapak yang ada di pasar. Memberikan kesempatan kepada masyarakat setempat

---

<sup>46</sup> David dan David. Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing. (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 12.

untuk menjalankan sebuah usaha berupa dagang atau jualan. Hal ini tidak dapat dijadikan acuan pengendalian internal berupa kekuatan ataupun kelemahan di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing.

c. Sumber daya dan karyawan.

Sumber daya karyawan yang ada di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing hanya sedikit, maka dari itu mengakibatkan minimnya tenaga kerja yang bergerak mengelola pasar. Wajar ketika pengelolaan pasar kerap kali teledor dalam pendistribusian dana kepada para pedagang. Maka dari itu perlu adanya sebuah penambahan sumber daya karyawan agar operasional kegiatan pasar berjalan maksimal dan amanah.

Jauch dan Glueck dalam Wijayati (2019) menyatakan bahwa faktor eksternal yang berpengaruh cukup banyak terhadap perkembangan bisnis adalah sosioekonomi, teknologi, pemasok, pesaing dan pemerintah. Bersikap waspada terhadap faktor eksternal adalah penting, sebab faktor ini bisa berubah kapan saja tanpa bisa diduga. Perubahan dapat muncul seketika dan dapat memengaruhi perjalanan perusahaan.<sup>47</sup>

a. Aspek sosioekonomi

Berdasarkan aspek sosioekonomi masyarakat sekitar Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing sudah merasa terbantu, selain interaksi antar masyarakat yang masih melekat, roda perekonomian yang terjadi sampai saat ini masih berjalan. Meski adanya pandemi Covid-19 masyarakat juga tidak terlepas dengan kebutuhan sehari-hari yang harus berbelanja di

---

<sup>47</sup> Widajanti, Erni. 2014. "Peran Strategi Operasi Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Bagi Perusahaan". Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 14, No. 1, April 2014: 77-90

pasar. Pernyataan tersebut merupakan peluang dari keberadaan Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing.

b. Aspek teknologi

Sedangkan pemanfaat di bidang aspek teknologi Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing masih lemah. Karena pengetahuan akan kecanggihan barang teknologi semakin maju, dan para sumber daya karyawan yang ada, tidak dapat mengikuti perkembangan tersebut. Maka dari itu perlu adanya sebuah pelatihan kepada setiap karyawan yang ada di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing untuk mengikuti pelatihan teknologi agar para karyawan memahami dan mengikuti perkembangan zaman.

c. Aspek pesaing dan pemerintah

Pesaing atau kompetitor yang ada di sekitar Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing adalah pasar Sopenyono yang ada di Jl. Kali Rungkut Surabaya. Kondisi pesaing sementara ini lebih unggul dari pada Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing, pasalnya ialah pasar Sopenyono lebih didukung oleh program pemerintah yang ikut andil dalam mengatur jalannya operasional pasar. Berberda dengan kondisi Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing yang pengelolaannya harus mengandalkan dana distribusi para pedagang. Maka dari itu Analisis lingkungan faktor eksternal ini juga dapat dipahami sebagai proses yang digunakan oleh perencanaan strategi untuk melakukan pemantauan sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman bagi perusahaan. Manajemen

strategi perlu untuk menguasai peluang dan ancaman serta menentukan kemungkinan datangnya peluang dan ancaman tersebut. Manajemen strategi juga akan memprediksi apa saja yang akan timbul dalam aneka faktor tersebut. Diagnosis lingkungan merupakan putusan manajemen yang disusun dengan landasan penilaian pentingnya informasi mengenai peluang dan ancaman dari analisis lingkungan.

## **B. Analisis SWOT pada Pengembangan Wakaf Produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya**

Perilaku yang dijalankan dalam kegiatan analisis SWOT perlu adanya usaha penggalan faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi keadaan perusahaan diakan datang. Hal ini mendukung kegiatan perusahaan agar berjalan sesuai dengan sasaran yang tepat. Salah satu faktor internal dapat dilihat dari kondisi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sedangkan untuk Faktor eksternal dapat dilihat dari kondisi peluang dan ancaman perusahaan. Lalu dari kekuatan dan kelemahan ini dapat dilakukan identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang ada dari luar perusahaan. Hal-hal inilah yang dapat menjadi pedoman perusahaan untuk menghasilkan pilihan strategi atau alternatif lain dalam manajemen strategis perusahaan.

### **1. Pengendalian internal**

Pengendalian internal yang terdapat di Analisis SWOT masuk dalam kategori *strength* dan *weakness*, adapun penjelasan dari kekuatan dan kelemahan ialah sebagai berikut:

a. *Strength*

*Strength* atau kekuatan yang secara komparatif dimiliki oleh perusahaan sangat menentukan kesuksesan perusahaan. Ketika elemen kekuatan ini semakin besar, dampak positif yang diberikan bagi perusahaan juga akan semakin besar. Kekuatan yang dimiliki oleh Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing di antaranya ialah adanya sertifikasi tanah wakaf yang sudah ada akta ikrar wakaf nya, selain itu yang menjadi kekuatan ialah para pedagang yang konsisten akan hal penjualannya.

b. *Weakness*

*Weakness* atau kelemahan yang dimiliki perusahaan secara komparatif akan memberikan dampak negatif pula, ketika *weakness* yang dimiliki tinggi. Kelemahan yang dimiliki oleh Pasar Pahing yaitu distribusi pedagang terhadap Para pengurus yayasan tanah wakaf Pasar Pahing karena banyaknya para pedagang yang masih berhutang dalam proses pembayaran stand perhari. Selain itu ada juga yang bertindak kecurangan tidak melakukan pembayaran karena keteledoran dari para pihak yang bersangkutan.

2. Pengendalian Eksternal

Pengendalian internal yang terdapat di Analisis SWOT masuk dalam kategori *opportunities* dan *threats*, adapun penjelasan dari peluang dan ancaman ialah sebagai berikut:

a. *Opportunities*

*Opportunities* atau peluang merupakan unsur eksternal atau berasal dari luar perusahaan. Dalam peluang, kita perlu mencari unsur karakteristik yang berkaitan dengan peluang-peluang dari lingkungan sekitar atau sektor terkait yang ada bagi perusahaan tersebut, sehingga mampu mendorong perusahaan agar mengalami kemajuan. Sedangkan berkaitan dengan peluang yang dimiliki oleh Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing ialah dengan memanfaatkan lahan yang luas potensi akan hal pembangunan aset wakaf juga semakin meningkat. Selain itu Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing berkesempatan untuk mengadakan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat yang ingin melakukan wirausaha

b. *Threats*

*Threats* atau ancaman adalah bagian dari faktor eksternal perusahaan. Faktor ancaman meliputi berbagai unsur yang berkaitan dengan ancaman-ancaman dari situasi di luar perusahaan yang memungkinkan untuk menghambat perusahaan, menempatkan perusahaan dalam situasi sulit, atau menimbulkan masalah yang yang sulit untuk dihadapi oleh perusahaan. Sedangkan ancaman yang dimiliki oleh Yayasan tanah wakaf Pasar Pahing ialah parkir yang ada di tanah wakaf Pasar Pahing tidak dikelola sendiri melainkan disewakan kepada pihak perseorangan sehingga ancaman yang akan terjadi pihak perseorangan akan menguasai lahan dan terbatasnya peningkatan aset yang dimiliki oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing.

Selain itu pengendalian secara eksternal juga perlu diperhatikan. Hal ini penting dilakukan karena dengan cara inilah dapat mengetahui apakah perusahaan memiliki kemampuan yang penting. Kemampuan penting yang dimaksud dapat membantu perusahaan untuk mengetahui apa cara yang paling efektif yang dapat membantu perusahaan memanfaatkan peluang dan dapat menanggulangi ancaman yang ada dalam lingkungannya.

### 3. Matriks SWOT

Matriks SWOT dapat diperoleh gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dengan disesuaikan pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.<sup>48</sup> Berikut bentuk matriks analisis SWOT di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing:

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>48</sup> Wijayati, Hasna. Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis. (Yogyakarta: Quadrant, 2019), 44.



Tabel 4.1  
Matriks SWOT Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing

<b>Faktor-faktor Intenal IFAS)</b>  <b>Faktor-faktor Eksternal (EFAS)</b>	<b>STRENGHT / KEKUATAN (S)</b> 1. Sertifikasi tanah wakaf yang sudah ada akta ikrar wakaf 2. Para pedagang yang konsisten akan hal penjualannya	<b>WEAKNESS / KELEMAHAN (W)</b> 1. Banyaknya para pedagang yang masih berhutang dalam proses pembayaran stand perhari 2. Bertindak kecurangan tidak melakukan pembayaran karena keteledoran dari para pihak yang bersangkutan
	<b>STRATEGI SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang seperti: 1. Peningkatan aset berbentuk fasilitas dan perlengkapan kebutuhan pedagang. 2. Membentuk taman indah yang dikelola sendiri untuk menarik masyarakat berkunjung ke pasar tersebut. 3. Promosi mulut kemulut dan media sosial kepada para pedagang yang intens untuk pengembangan usahanya.	<b>STRATEGI WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang seperti: 1. Sumber daya manusia yang ada diajak musyawarah untuk memikirkan bersama solusi hutang yang dialami dengan memanfaatkan lahan. 2. Sosialisasi kepada karyawan yang ada untuk meminimalisir keteledoran yang ada.
<b>THREATS / ANCAMAN (T)</b> 1. parkir yang ada di tanah wakaf Pasar Pahing tidak dikelola sendiri melainkan disewakan kepada pihak perseorangan	<b>STRATEGI ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman seperti: 1. Penguatan akta ikrar wakaf lebih dipertahankan dan pencabutan lahan parkir yang dikelola oleh perseorangan segera direalisasikan	<b>STRATEGI WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman seperti: 1. Para pedagang tidak dikenai biaya parkir, karena sudah membayar sewa kios perbulan. 2. Petugas mencabut hak pengelolaan perseorangan.

Sumber : Rangkuti (2018)



Dari matriks diatas akan dihasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya. Strategi yang dapat dipetakan dari matriks SWOT yaitu strategi SO, WO, WT dan ST. Berikut penjelasannya:<sup>49</sup>

a. Strategi SO (*Strenght Opportunities*)

Strategi SO adalah strategi yang muncul dari pemetaan *strenght* dan *opportunities* (kekuatan dan peluang). Dengan strategi ini, perusahaan dapat berusaha untuk memilih keuntungan dengan jalan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan sekaligus dengan memanfaatkan peluang yang ada. Dapat dilihat pada matriks SWOT, Stategi yang dapat dijalankan oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing adalah peningkatan aset berbentuk fasilitas dan perlengkapan kebutuhan pedagang, membentuk taman indah yang dikelola sendiri untuk menarik masyarakat berkunjung ke pasar tersebut dan promosi mulut kemulut dan media sosial kepada para pedagang yang intens dalam pengembangan usahanya.

b. Strategi WO (*Weakness dan Opportunities*)

Pada strategi WO alias *weakness* dan *opportunities*, perusahaan dituntut untuk mampu memanfaatkan peluang dengan jalan menghilangkan kelemahan-kelemahan yang dimiliki. Pada matriks SWOT, perusahaan dapat melihat dengan jelas daftar berbagai bentuk kelemahan dan peluang yang telah diidentifikasi dari pengamatan dan

---

<sup>49</sup> Rangkuti, Freddy. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 38

penelitian. Kemudian ditentukan strategi yang tepat untuk menyesuaikan dengan peluang yang ada. Strategi WO diterapkan dengan landasan pemanfaatan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada seperti yang dapat dilakukan oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing adalah sumber daya manusia yang ada diajak musyawarah untuk memikirkan bersama solusi hutang yang dialami dengan memanfaatkan lahan dan sosialisasi kepada karyawan yang ada untuk meminimalisir keteledoran yang ada.

c. Strategi WT (*Weakness Threats*)

Pada strategi WT, perusahaan perlu menentukan strategi yang mampu dilakukan guna mengendalikan ancaman yang ada dengan jalan meminimalkan kelemahan-kelemahan. Matriks SWOT dapat menunjukkan mengenai berbagai ancaman yang telah diidentifikasi pada perusahaan. Strategi WT dibuat berdasarkan pada perusahaan tentang bagaimana untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki demi mengatasi ancaman seperti yang dapat dilakukan oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing adalah para pedagang tidak dikenai biaya parkir, karena sudah membayar sewa kios perbulan dan petugas mencabut hak pengelolaan perseorangan.

d. Strategi ST (*Strength Threats*)

Strategi *strength* dan *threats* mengharuskan perusahaan untuk membentuk strategi yang mampu mengerahkan kekuatan untuk menghindarkan perusahaan dari ancaman yang ada. Dari matriks SWOT,

diperhatikan berbagai kekuatan yang tersedia. Lalu, perusahaan bisa memilih kekuatan-kekuatan yang bisa dimanfaatkan untuk menghindari ancaman seperti yang dapat dilakukan oleh Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing adalah Penguatan akta ikrar wakaf lebih dipertahankan dan pencabutan lahan parkir yang dikelola oleh perseorang segera direalisasikan

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang mengacu kepada matriks analisis SWOT ialah penentuan strategi pengembangan di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing perlu meminimalisir adanya suatu ancaman dan meningkatkan kelemahan yang sementara masih menjadi ruang lingkup Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing. Sedangkan untuk peluang yang ada dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan serta mempertahankan kekuatan yang ada.

Pembuatan matriks SWOT dapat membantu perusahaan agar bisa mengembangkan bisnis dengan lebih terarah. Perusahaan dapat menentukan target bisnis secara lebih realistis. Setelah matriks SWOT dibuat, perusahaan melakukan identifikasi cara atau alternatif yang dapat digunakan untuk meraih kesempatan dan peluang atau untuk menghindari ancaman serta mengatasi kelemahan. Matriks SWOT dianggap mampu menjadi petunjuk identitas dari berbagai faktor yang dimiliki perusahaan sehingga pada akhirnya mampu merumuskan strategi pelayanan secara tepat bagi konsumen.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang ada pada bab sebelumnya, peneliti dapat memberikan kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

1. Analisis SWOT pada pengembangan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya adalah perlunya peningkatan aset berbentuk fasilitas dan perlengkapan kebutuhan pedagang, membentuk taman indah yang dikelola sendiri untuk menarik masyarakat berkunjung ke pasar, promosi mulut kemulut dan media sosial kepada para pedagang yang intens untuk pengembangan usahanya, para pedagang tidak dikenai biaya parkir, karena sudah membayar sewa kios perbulan dan petugas mencabut hak pengelolaan perseorangan.
2. Analisis pengembangan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya adalah lingkungan eksternal memiliki faktor kekuatan hukum dan teknologi. Hukum yang kuat memiliki power untuk mempertahankan hak tanah wakaf dalam peningkatan aset atau fasilitas. Sedangkan faktor teknologi perlu adanya pemanfaatan media sosial yang ada. Lingkungan internal ialah pembentukan buku hak pakai stad diterapkan di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing. Isi dari buku tersebut ialah beberapa aturan yang diberlakukan kepada para pihak penyewa

stand. Tujuannya untuk memberikan ketertiban dan kedisiplinan kepada para pedagang yang ada di pasar.

## **B. Saran**

Saran yang dapat diberikan peneliti kepada pihak Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya adalah perlunya peningkatan pengetahuan akan hal media sosial. Tujuannya agar stand yang kosong dapat diketahui oleh masyarakat, sehingga adanya peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan ekonomi keluarga. Selain itu Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya melaksanakan strategi analisis SWOT yang telah di konsep.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman Kasdi, *“Fiqih Wakaf Dari Wakaf Klasik Hingga Wakaf Produktif”*, Yogyakarta: Idea Press, 2017.
- Agung Dwi Wijaya, *“Analisis Kualitas Susu Segar Yang Dijual Di Pasar Tradisional Kota Yogyakarta”*. Skripsi---Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2017.
- Agustiano, *Wakaf Produktif Untuk Kesejahteraan Umat*, Jakarta: Niriah, 2008.
- Ayu Ana Widiastutik, *“Manajemen Pengelolaan Wakaf Uang Untuk Pengembangan Pendidikan Di Pusat Pengelolaan Dana Sosial Universitas Airlangga Surabaya”*, Skripsi---Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Bank Indonesia and UNAIR, *Wakaf: Pengaturan Dan Tata Kelola Yang Efektif, Seri Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, Pertama (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2016).
- David dan David. *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- Delli Maria, dkk. *Akuntansi dan Manajemen Wakaf*, Jakarta: Salemba Empat, 2019.
- Direktorat Pemberdayaan Zakat dan Wakaf, [http://siwak.kemenag.go.id/tanahwakaf\\_kab.php?\\_pid=MC9jYk9XaE8rVERXNG1KRFFMckkyUT09&\\_kid=MUVaRW1Xd2ZRRTFEQmFONWt1YjBCZz09](http://siwak.kemenag.go.id/tanahwakaf_kab.php?_pid=MC9jYk9XaE8rVERXNG1KRFFMckkyUT09&_kid=MUVaRW1Xd2ZRRTFEQmFONWt1YjBCZz09), diakses pada tanggal 24 Juli 2021
- Endang Mulyaningsih, *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan* Bandung: Rosdakarya, 2008.
- Fachri Firdaus, *“Strategi Pengembangan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ): Studi Pada LAZ Pos Keadilan Peduli Ummat”*. Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2008.
- Fikri Amiruddin Ihsani Novi Febriyanti, *“Cash Waqf Linked Social Entrepreneur,”* n.d.
- Idham Khalid Baedawi, dkk. *Fiqih Wakaf*, Jakarta: Proyek Peningkatan Zakat dan Wakaf Direktorat Jendral Bimas Islam dan Penyelenggaraan Haji, 2003.
- Indri Dwi Lestari, *“Analisis Pengelolaan Wakaf Produktif Melalui Bank Wakaf Mikro Dengan Pendekatan SWOT”*, Skripsi-UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Iryana Rizky Kawasati, *“Teknik Pengumpulan Metode Kualitatif”*, <https://osf.io/cy9de/download/?format=pdf>, diakses pada tanggal 15 Januari 2021.

- Jauhari Faqih selaku pejabat umum Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing, *Wawancara*, Surabaya 23 Agustus 2021
- Lilik Ruwaidah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pengelolaan Dan Pengembangan Wakaf Produktif Pasar Paing Rungkut Kidul Surabaya” Skripsi—IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2009.
- Moch. Gufron selaku Ketua Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing, *Wawancara*, Surabaya, 24 Agustus 2021
- Muhamad, *Ekonomi Moneter Islam*, Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2018.
- Ni Made Winda Roosdiana Devi, “Pasar Umum Gubug Di Kabupaten Grobogan Dengan Pengolahan Tata Ruang Luar Dan Dalam Melalui Pendekatan Ideologi Fungsionalisme Utilitarian,” *Universitas Atma Jaya. Yogyakarta*, no. 25 (2013): 12–52.
- Nur Azizah, “Pengelolaan Wakaf Produktif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Umat Studi di Desa Sinar Banten Kecamatan Bekri Kabupaten Lampung Tengah”, Skripsi-Intitut Agama Islam Negri Metro Lampung.
- Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional.
- Raijak,”Kriminalisasi Dalam Undang Undang Perwakafan Di Indonesia” Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2012.
- Siwak, “Data Tanah Wakaf” <http://siwak.kemenag.go.id/>, diakses pada tanggal 15 Januari 2021.
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiono, *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, danm R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharni selaku Pedagang , *Wawancara*, Surabaya 20 Agustus 2021
- Suparman selaku Sekretaris Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing, *Wawancara*, Surabaya 25 Agustus 2021
- Suryana, *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitati*, Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia, 2010.
- Ulil Absor Faiq Abdillah, “Tingkat Kinerja Lembaga Amil Zakat Nahdlatul Ulama Dan Muhamadiyah Surabaya Dengan Indikator Indonesia Zakat & Development Report (IZDR) 2011”, Skripsi—UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019.
- Wahmat selaku Pedagang , *Wawancara*, Surabaya 20 Agustus 2021
- Widajanti, Erni. 2014. “Peran Strategi Operasi Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Bagi Perusahaan”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 14, No. 1, April 2014.



Wijayati, Hasna. *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*. Yogyakarta: Quadrant, 2019.

