

# PROPOSAL

## HIBAH PENGEMBANGAN INOVASI MODUL DIGITAL MOOC UNIVERSITAS AIRLANGGA 2022 SKEMA TEMA POPULER

Literasi Wakaf Uang (*Cash Waqf*) Melalui Kanal Digital Pada Generasi Milenial



### PENGUSUL:

Ketua: Dr. Tika Widiastuti, SE., M.Si

Anggota:

1. Dr. Dien Mardhiyah, SE., M.Si.
2. Siti Inayatul Faizah, S.Ag., M.Si., M.E.I.

UNIVERSITAS AIRLANGGA

2021

## HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL

1. a Nama Perguruan Tinggi : Universitas Airlangga  
b Alamat Perguruan Tinggi : Kampus C Mulyorejo, Surabaya – 60115, Indonesia  
  
c Nama Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
d Nama Program Studi : Ekonomi Islam  
e Judul MOOC : Literasi Wakaf Uang (*Cash Waqf*) Melalui Kanal Digital pada Generasi Milenial  
  
f SKS : 3 sks  
g Semester : Ganjil/Genap  
h Skema Hibah : Tema Populer
2. Koordinator/Ketua  
a Nama Lengkap & Gelar : Dr. Tika Widiastuti, SE., M.Si  
b NIP/NIK/NIDN : 198312302008122001  
c Golongan Kepangkatan : IIIc  
d Jabatan Akademik : Lektor Kepala  
e Alamat e-mail : tika.widiastuti@feb.unair.ac.id  
f No Telpn : 081233834897
3. Biaya yang Diajukan : Rp20.000.000
4. Jangka Waktu Pelaksanaan : 10 bulan
5. Dana Pendamping (jika ada) : -

Surabaya, 19 Oktober 2021

Mengetahui,



Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Airlangga

Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak. CMA., CA  
NIP. 196108201989022001

Penanggung Jawab Program,

Dr. Tika Widiastuti, SE., M.Si  
NIP.198312302008122001

**Pernyataan Kesanggupan Melaksanakan Program Hibah Pengembangan  
Inovasi Modul Digital MOOC UNAIR 2022**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Dr. Tika Widiastuti, SE., M.Si.

NIP : 198312302008122001

Dengan ini menyatakan bahwa saya bersedia menyelesaikan seluruh rangkaian kegiatan dan menyampaikan laporan hasil bantuan dana sesuai ketentuan di dalam panduan. Jika kami tidak memenuhi komitmen yang sudah disepakati maka kami siap menerima sanksi dari Direktorat Inovasi dan Pengembangan Pendidikan (DIPP) Universitas Airlangga.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini dan atau terdapat tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab untuk diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku, dan membebaskan Direktorat Inovasi dan Pengembangan Pendidikan (DIPP) Universitas Airlangga dari tuntutan apapun, serta bersedia mengembalikan seluruh biaya program bantuan dana yang saya peroleh ke Kas Negara.

Surabaya, 19 Oktober 2021

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Airlangga



Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak. CMA., CA  
NIP. 196108201989022001

Penanggung Jawab Program

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized initials and a surname.

Dr. Tika Widiastuti, SE., M.Si.  
NIP. 198312302008122001

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Wakaf merupakan instrumen keuangan sosial Islam yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Indonesia sebagai negara dengan mayoritas Muslim terbesar di dunia memiliki potensi wakaf yang besar. Berdasarkan data Sistem Informasi Wakaf (SIWAK) Kementerian Agama per September 2021, potensi wakaf tanah di Indonesia mencapai 414.829 lokasi dengan total luas tanah sebesar 55.259,87 Ha. Seiring perkembangan zaman, wakaf tidak hanya dikembangkan untuk hal klasik seperti pendirian masjid, rumah ibadah, pemakaman, dan sekolah saja. Namun, wakaf kini sudah dikembangkan untuk usaha produktif yang memberikan manfaat berkelanjutan (Haryanto, 2012; Mustofa et al., 2020).

Inovasi wakaf terus dilakukan, salah satunya yaitu inovasi wakaf uang. Wakaf uang di Indonesia mulai dikenal sejak dikeluarkannya Fatwa DSN MUI pada tahun 2012. Lebih lanjut, Badan Wakaf Indonesia menginisiasi adanya Gerakan Nasional Wakaf Uang (GNWU) sebagai terobosan untuk mengurangi tingkat ketimpangan sosial dalam rangka mewujudkan pemerataan pembangunan nasional. Selain itu, Pemerintah juga mengembangkan wakaf pada instrumen keuangan negara melalui penerbitan *Cash Waqf Linked Sukuk*.

Namun, dibalik inovasi pengembangan wakaf, masih terdapat beberapa permasalahan yang perlu diperbaiki. Salah satunya terkait rendahnya literasi wakaf. **Skor indeks literasi wakaf 2020 secara keseluruhan berada di angka 50,48% atau tergolong rendah (Badan Wakaf Indonesia et al., 2020). Aldeen et al. (2021) menunjukkan bahwa literasi wakaf yang masih rendah dikarenakan penyampaian wakaf yang kurang dipahami oleh masyarakat luas.** Hal ini juga ditunjukkan oleh Ibrahim dan Atiullah (2018) yang menunjukkan bahwa pemahaman tentang wakaf, terutama wakaf uang masih rendah. Kemudian permasalahan lainnya adalah ketidaktahuan masyarakat terhadap perkembangan wakaf yang dinamis. Rendahnya literasi ini dapat menyebabkan besarnya gap antara potensi dan realisasi wakaf uang. Hal ini dibuktikan dengan realiasi wakaf uang hanya mencapai Rp391 Milyar, sementara potensi wakaf uang nasional adalah Rp180 triliun per tahunnya (KNEKS, 2021). Kondisi ini seharusnya mampu mendorong berbagai pihak untuk mensosialisasikan wakaf, khususnya wakaf uang secara lebih masif.

Peningkatan literasi wakaf saat ini sudah banyak dikembangkan melalui kanal digital, baik melalui *website*, maupun pada media sosial. Generasi milenial merupakan generasi

prioritas yang dapat disasar dalam upaya peningkatan literasi wakaf uang, terutama literasi wakaf uang melalui kanal digital. Generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1981 sampai dengan 1996 (Ross & Rouse, 2020). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021), jumlah generasi milenial di Indonesia mendominasi 33.75% dari keseluruhan populasi. Generasi milenial diharapkan mampu menjadi target pengembangan ekonomi Islam (Setiawati et al., 2019; Vanany et al., 2020). Hal ini didukung dengan karakteristik generasi milenial yang cenderung menyukai media sosial, memiliki pemahaman teknologi yang tinggi dan menyukai untuk melakukan transaksi secara non-tunai (Ghanny & Fatwa, 2021). Namun, hal ini tidak menunjukkan bahwa literasi tentang wakaf, khususnya wakaf uang pada generasi milenial pada kondisi yang baik. **Ghanny & Fatwa (2021) mengukur tingkat literasi wakaf pada generasi milenial di Jakarta, Indonesia. Hasil menunjukkan bahwa literasi wakaf pada generasi milenial pada kondisi rendah yaitu 36.71%.** Hal ini berbanding terbalik dengan temuan Napitupulu et al. (2021) yang melakukan survei pengukuran literasi wakaf pada generasi Z dari usia 18-23 tahun yang menunjukkan bahwa literasi wakaf mencapai angka sangat tinggi yaitu 83.48%.

**Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa peningkatan literasi wakaf uang melalui kanal digital kepada generasi milenial menjadi sangat penting.** Hal ini didukung dengan beberapa alasan. Pertama, generasi milenial mendominasi kelompok populasi di Indonesia. Kedua, generasi milenial masuk dalam usia produktif yang dapat berkontribusi aktif dalam wakaf uang. Ketiga, penyampaian literasi melalui kanal digital sesuai dengan karakter generasi milenial.

Peningkatan literasi dapat dilakukan secara menarik dan atraktif dengan memperbanyak visualisasi dampak wakaf sehingga menarik masyarakat untuk berwakaf. **Hal ini didukung dengan penelitian Wadi & Nurzaman (2020) yang menyebutkan bahwa penggunaan video yang menarik adalah efektif dalam meningkatkan literasi wakaf melalui kanal digital.** *Massive Open Online Course* menjadi sebuah inovasi media belajar yang efektif bagi mahasiswa dan masyarakat secara berkelanjutan dalam meningkatkan literasi wakaf uang sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa literasi terhadap wakaf masih rendah.

## **1.2 Tujuan**

Tujuan dari MOOC ini adalah menyediakan pembelajaran secara digital tentang literasi wakaf uang (*cash waqf*) melalui kanal digital pada generasi milenial yang mencakup:

- a. Konsep wakaf dan wakaf uang serta perbedaaan yang mendasarinya

- b. Keutamaan dan fungsi berwakaf uang
- c. Tata cara wakaf uang melalui kanal digital
- d. Inovasi digitalisasi literasi wakaf uang
- e. Literasi wakaf uang melalui kanal digital
- f. Optimalisasi wakaf uang sebagai *endowment fund*

### **1.3 Sasaran**

Sasaran konten modul MOOC ini adalah generasi milenial dari berbagai latar belakang, termasuk mahasiswa dan praktisi wakaf.

### **1.4 Ruang Lingkup**

MOOC ini berisi penjelasan tentang literasi wakaf uang di kalangan milenial yang dijelaskan dalam bentuk teori, ilustrasi praktik dan disajikan dalam bentuk presentasi audio dan visual yang menarik dan mudah dipahami.

## BAB 2

### PROSES PENGEMBANGAN

#### 2.1. Tahapan Kerja

Dalam penyusunan dan pengembangan modul MOOC ini terdapat tiga tahapan yang akan dilalui, yaitu:

1) Persiapan

Pada tahapan ini dilakukan penyusunan gagasan dan ide yang akan dibahas terkait konten MOOC. Ide tersebut dibuat secara berkesinambungan dan berurutan yang nantinya akan disampaikan ke dalam 10 sub pokok yang akan ditampilkan ke dalam 10 bahan konten. Persiapan selanjutnya adalah menyiapkan segala bahan penunjang yang akan digunakan dalam kaitannya pembuatan konten seperti menyiapkan kamera, *microphone*, tempat, dan materi konten.

2) Proses Kerja

Tahapan selanjutnya adalah proses kerja dengan melakukan perekaman konten sesuai masing-masing tema yang telah direncanakan. Masing-masing video berdurasi 15 menit. Pada video pertama menjelaskan tentang pengenalan sejarah perkembangan wakaf. Pada video kedua menjelaskan konsep dan mengidentifikasi jenis-jenis wakaf. Video ketiga menyoroti pentingnya atau keutamaan dan fungsi berwakaf. Video keempat menjelaskan apa itu wakaf uang dan perbedaan wakaf uang dan wakaf melalui uang. Selanjutnya video kelima akan membahas fiqh kontemporer wakaf uang. Video keenam membahas cara berwakaf uang melalui kanal digital. Video ketujuh akan membahas terakait bentuk dan tahapan literasi wakaf uang melalui kanal digital pada generasi milenial. Selanjutnya, video kedelapan membahas tentang inovasi digitalisasi literasi wakaf uang. Video kesembilan akan membahas tentang relevansi wakaf dalam pencapaian SDGs. Terakhir, pada video kesepuluh membahas tentang optimalisasi wakaf uang sebagai *endowment fund*.

3) Proses *Editing*

Proses *editing* merupakan proses terakhir dalam pembuatan modul MOOC. Melalui proses *editing* video dan rekaman suara diharapkan menghasilkan konten video yang sesuai, menarik dan mudah untuk dipahami, sehingga pesan konten dapat diterima dengan baik.

## 2.2. Analisis Konten

Konten yang akan disiapkan berkaitan dengan literasi wakaf uang melalui layanan digital pada generasi milenial. Beberapa tahapan yang akan dijelaskan dalam konten modul ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pengenalan sejarah perkembangan wakaf
- 2) Penjelasan konsep dan mengidentifikasi jenis-jenis wakaf
- 3) Penjelasan keutamaan dan fungsi berwakaf
- 4) Penjelasan apa itu wakaf uang dan perbedaan wakaf uang dan wakaf melalui uang
- 5) Pembahasan terkait fiqh kontemporer wakaf uang
- 6) Penjelasan bagaimana cara berwakaf uang melalui kanal digital
- 7) Mengidentifikasi bentuk dan tahapan literasi wakaf uang melalui kanal digital pada generasi milenial
- 8) Penjelasan inovasi digitalisasi literasi wakaf uang
- 9) Penjelasan relevansi wakaf dalam pencapaian SDGs
- 10) Pembahasan optimalisasi wakaf uang sebagai *endowment fund*

## 2.3. Desain Konten

Di bawah ini akan dijelaskan tabel mengenai desain konten yang akan diterapkan dalam modul MOOC ini:

Tabel 2.1 Desain Konten

Modul	Topik	Sub Topik	Materi	Desain Konten
1	Sejarah perkembangan wakaf	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Sejarah wakaf di masa rasulullah dan sahabat</li><li>▪ Sejarah wakaf di dunia</li><li>▪ Sejarah wakaf di Indonesia</li></ul>	Menjelaskan sejarah perkembangan wakaf dari Masa Rasulullah hingga perkembangan wakaf saat ini di Indonesia	<i>Handout</i> , ceramah, ilustrasi
2	Konsep dan jenis wakaf	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Dasar hukum wakaf</li><li>▪ Konsep wakaf</li></ul>	Menjelaskan dasar hukum, konsep wakaf, dan jenis-	<i>Handout</i> , ceramah, ilustrasi

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jenis-jenis wakaf</li> </ul>	jenis wakaf	
3	Keutamaan dan fungsi berwakaf	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Manfaat berwakaf</li> <li>▪ Fungsi berwakaf</li> </ul>	Menjelaskan keutamaan termasuk manfaat dan fungsi berwakaf menurut Islam	<i>Handout</i> , ceramah, ilustrasi
4	Perbedaan wakaf uang dan wakaf melalui uang	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definisi wakaf uang</li> <li>▪ Dasar Hukum</li> <li>▪ Contoh wakaf uang</li> <li>▪ Contoh wakaf melalui uang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjelaskan apa itu wakaf uang dan dasar hukum positifnya</li> <li>• Menjelaskan perbedaan wakaf uang dan wakaf melalui uang dengan memberikan contoh empiris</li> </ul>	<i>Handout</i> , ceramah, ilustrasi
5	Fiqh kontemporer wakaf uang	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pendapat ulama kontemporer tentang wakaf uang</li> </ul>	Menjelaskan pendapat ulama kontemporer tentang wakaf uang	<i>Handout</i> , ceramah, ilustrasi
6	Bagaimana cara berwakaf uang melalui kanal digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wakaf uang melalui <i>website</i> dan aplikasi</li> <li>▪ Wakaf uang melalui <i>mobile banking</i></li> <li>▪ Wakaf uang melalui <i>e-wallet</i> dan <i>e-commerce</i></li> </ul>	Menjelaskan cara-cara berwakaf uang melalui layanan digital ( <i>website</i> , aplikasi, <i>mobile banking</i> , <i>e-wallet</i> , dan <i>e-commerce</i> )	Handout, Wawancara kolaborasi

7	Bentuk dan tahapan literasi wakaf uang melalui kanal digital pada generasi milenial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jenis-jenis literasi wakaf uang</li> <li>▪ Tahapan literasi wakaf uang</li> </ul>	Menjelaskan jenis-jenis dan tahapan dalam melakukan literasi wakaf uang melalui kanal digital pada generasi milenial	<i>Handout</i> , ceramah, ilustrasi
8	Inovasi digitalisasi literasi wakaf uang	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Literasi wakaf uang melalui sosial media</li> <li>▪ Literasi wakaf digital melalui <i>podcast</i></li> </ul>	Menjelaskan literasi wakaf uang melalui sosial media dan <i>podcast</i> dengan membuat konten menarik	<i>Handout</i> , ceramah, ilustrasi
9	Wakaf dan SDGs	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Relevansi wakaf dan SDGs</li> </ul>	Menjelaskan tentang relevansi wakaf pada pencapaian SDGs	<i>Handout</i> , ceramah, ilustrasi
10	Optimalisasi wakaf uang sebagai <i>endowment fund</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Perkembangan empiris wakaf uang sebagai <i>endowment fund</i> di negara-negara lain</li> <li>▪ Optimalisasi wakaf uang sebagai <i>endowment fund</i> di Indonesia</li> <li>▪ Integrasi <i>cash waqf</i> dengan instrumen dana sosial Islam yang lain</li> </ul>	Menjelaskan bagaimana mengoptimalkan wakaf uang sebagai <i>endowment fund</i> dengan memotret perkembangannya secara empiris dan potensinya	Handout, Wawancara kolaborasi

#### **2.4. Pengembangan Konten**

Konten dikembangkan secara inovatif untuk memudahkan pemahaman pengguna. Diantara pengembangan konten tersebut adalah penggunaan video dan audio visual yang menggambarkan ilustrasi tentang materi konten selain bahan bacaan yang menjelaskan tentang teori-teori. Selain itu, beberapa materi juga disampaikan melalui wawancara kolaboratif dengan praktisi atau tokoh dari kalangan milenial yang memiliki pemahaman terkait wakaf uang. Melalui wawancara kolaborasi tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran langsung praktik wakaf uang di kalangan generasi milenial agar semakin meningkatkan literasi wakaf uang di kalangan milenial.

**BAB 3**  
**RENCANA PENGGUNAAN ANGGARAN**

Proposal Hibah Pengembangan Inovasi Modul Digital MOOC UNAIR tahun 2022 ini memiliki rancangan penggunaan anggaran sebagai berikut:

<b>No</b>	<b>Rincian Anggaran</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Nominal</b>	<b>Total</b>
1	Honor Narasumber	2	Rp1.000.000	Rp2.000.000
2	Honor Tim Ahli	4	Rp1.000.000	Rp4.000.000
3	Honor Admin	1	Rp700.000	Rp700.000
4	Fotokopi	10	Rp550.000	Rp5.500.000
5	Konsumsi Rapat	10	Rp350.000	Rp3.500.000
6	Uang Transportasi	10	Rp150.000	Rp1.500.000
7	Biaya Jasa Produksi	1	Rp1.500.000	Rp1.500.000
8	Biaya <i>Editing</i> Video	1	Rp1.300.000	Rp1.300.000
<b>Total</b>				<b>Rp20.000.000</b>

**BAB 4**  
**JADWAL KEGIATAN**

Pelaksanaan kegiatan ini direncanakan selama 6 bulan dengan jadwal kegiatan disusun sebagai berikut:

No	Jenis Kegiatan	Tahun Ke-1											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Penyusunan Materi Pembelajaran						V						
2	Penyusunan Konten						V						
3	Penyusunan Desain Konten							V					
4	Pengembangan Konten							V	V	V			
5	<i>Monitoring</i> dan Evaluasi									V			
6	Laporan Akhir										V	V	

## DAFTAR PUSTAKA

1. Aldeen, K. N., Ratih, I. S., & Pertiwi, R. S. (2021). Cash Waqf from the Millennials Perspective : A Case of Indonesia. *ISRA International Journal of Islamic Finance*. <https://doi.org/10.1108/IJIF-10-2020-0223>
2. Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
3. Badan Wakaf Indonesia, BAZNAS, P. K. S., & Kementerian Agama. (2020). *Hasil Survey Indeks Literasi Wakaf Tahun 2020*.
4. Ghanny, A. R., & Fatwa, N. (2021). Indeks Literasi Wakaf Generasi Milenial. *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, 4(1), 253–262.
5. Haryanto, R. (2012). Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Wakaf Tunai. *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 7(1), 178–200.
6. Jung, Y., Gon, W., & Bonn, M. A. (2011). Generation Y Consumers Selection Attributes and Behavioral Intentions Concerning Green Restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 803–811. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.12.012>
7. KNEKS. (2021). Gerakan Wakaf Uang Nasional (GNWU) sebagai Momentum Kebangkitan Wakaf Uang. In *KNEKS* (pp. 1–14).
8. Mustofa, I., Santoso, D., & Rosmalinda, U. (2020). The Implementation of the Regulation of Cash Waqf Management in Higher Educational Institution in Indonesia and Malaysia (a Study of Legal System Theory). *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(4), 69–77. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.848>
9. Napitupulu, R. M., Harahap, H. H., & Simamora, A. M. S. (2021). Waqf Literacy of Generation Z in Indonesia. *Review of Islamic Economics and Finance*, 4(1), 9–17.
10. Ross, A. D., & Rouse, S. M. (2020). (Young) Generations as Social Identities: The Role of Latino\* Millennial/Generation Z in Shaping Attitudes About Climate Change. *Political Behavior*, 1-20
11. Setiawati, L. M., Chairy, & Syahrivar, J. (2019). Factors Affecting Intention to Buy Halal Food by The Millennial Generation: The Mediating Role of Attitude. *DeReMa (Development of Research Management): Jurnal Manajemen*, 14(2), 175–188.
12. Vanany, I., Soon, J. M., & Maryani, A. (2020). Determinants of Halal-Food Consumption in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 507–521. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2018-0177>
13. Wadi, D. A., & Nurzaman, M. S. (2020). Millennials Behaviour towards Digital Waqf Innovation. *International Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(2), 1–30.