Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

QULUBANA
Jurnal Manajemen Dakwah

Analisis SWOT Pengembangan Wakaf untuk Pasar Tradisional di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya

Yusril Hakiki[1], Lilik Rahmawati[2]
[1] Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf, UIN Sunan Ampel Surabaya
[2] Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya

Article Info

Article history:
Received Jan 07, 2022
Accepted Jan 10, 2022
Published Nov 30, 2022

Keywords:
Pengembangan
Wakaf Produktif
Analisis SWOT
Peningkatan Aset

ABSTRACT

Tujuan penelitian ini yaitu menjelaskan pengembangan wakaf produktif di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. 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 diterapkan di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing.

1. PENDAHULUAN

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,

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

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.[1] Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya dalam mengelola tanah wakaf masih stagnan, tidak mengalami perkembangan yang signifikan.

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. Nadzhir Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya belum mengetahui rencana yang harus dilakukan untuk menjadi pengelolaan yang produktif.

Terdapat beberapa proses evaluasi suatu nadzhir 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. Sementara ini seorang nadzhir 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. Nadzhir kurang 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 jurnal yang berjudul : "Analisis SWOT Pengembangan Wakaf untuk Pasar Tradisional di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya".

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dan data yang digunakan ialah data primer berupa data pengelolaan dan pengembangan yang didapat dari ketua dan sekertaris Yayasan Tanah Wakaf Pasar Paing Surabaya serta pedagang sebanyak 11 orang dengan melakukan wawancara. Data primer yang lain meliputi laporan asset wakaf, serta hasil penyebaran angket kepada para pedagang serta data

[1] "Fachri Firdaus-FSH.Pdf," accessed November 29, 2022, https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/18458/1/FACHRI%20FIRDAUS-FSH.pdf.

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

sekunder yang berupa 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. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara, kuisioner dan dokumentasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Wakaf Produktif

Menurut Ulama Hanafiyah wakaf adalah Menahan substansi harta pada kepemilikan wakif dan menyedekahkan manfaatnya.[2] Menurut Ulama Malikiyah wakaf adalah Memberikan manfaat sesuatu, pada batas waktu keberadaannya, bersamaan tetapnya sesuatu yang diwakafkan pada pemiliknya, meskipun hanya perkiraan.[3] Menurut Ulama Syafi'iyah wakaf sebagai Penahanan harta yang bisa dimanfaatkan dengan tetap menjaga keutuhan barangnya, terlepas dari campur tangan wa>kif atau lainnya, dan hasilnya disalurkan untuk kebaikan semata-mata dan untuk taqarrub (mendekatkan diri) kepada Allah.[4] Menurut Ulama Hanabilah definisi wakaf yang dikemukakan oleh ulama H{anabilah ini berasal dari hadis\ Nabi Saw. kepada Umar bin Khat}ab 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.[5]

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

[2] Yudi Permana and Meirani Rahayu Rukmanda, "Wakaf: Tinjauan Fiqh, Dasar Hukum, Dan Implementasinya Di Indonesia," *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 3, no. 2 (March 14, 2021): 154–68, https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.307.

[3] Abdurrohman Kasdi, "Pergeseran Makna Dan Pemberdayaan Wakaf," *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf* 3, No. 1 (May 4, 2017): 1–17, https://doi.org/10.21043/ziswaf.v3i1.2279.

[4] A. Chairul Hadi, "Peluang Wakaf Produktif Untuk Pembiayaan Pendidikan Islam," *Turats* 5, no. 1 (June 4, 2009): 14–23.

[5] HIKMAWAN SYAHRUL, "Peran Bank Wakaf Mikro Terhadap Perekonomian Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Masyarakat Di Sekitar Bank Wakaf Mikro (BWM) Syariah Pondok Pesantren Minhadlul'ulum Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Lampung)" (Undergraduate, UIN Raden Intan Lampung, 2022), http://repository.radenintan.ac.id/17829/.

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

adalah sebuah cara pengelolaan wakaf yang berasal dari umat dan memproduktifkan wakaf tersebut dalam arti mendatangkan aspek ekonomi.[6] 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.18 Sehingga lahirlah Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, perwakafan mulai terus dibenahi dengan melakukan pembaharuan di bidang pengelolaan dan pengembangan paham wakaf secara umum.[7]

b. Faktor-faktor pengembangan pasar tradisional

1). 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.

2). 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

[6] Lailiyah Nur, "Pengelolaan Wakaf Produktif Dan Non-Produktif Di Majelis Wakil Cabang Nahdlatul Ulama (MWC NU) Kecamatan Sumbergempol Tulungagung," Skripsi (IAIN Tulungagung, 2010), http://repo.uinsatu.ac.id.

[7] Novi Febriyanti and A. Fikri Amiruddin Ihsani, "Cash Waqf Linked Social Entrepreneur," *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 10, no. 1 (May 20, 2020): 1–21, https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.1.1-21.

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

manajemen organisasi dan gaya, sistem dan prosedur, serta sikap karyawan. Perubahan organisasi dilakukan untuk mencocokkan dengan kebutuhan yang ada.

c. Teori Analisis SWOT

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.[8] Berikut adalah empat unsur yang membentuk SWOT :

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 perusahan 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 yang sulit untuk dihadapi oleh perusahaan.

Perilaku yang dijalankan dalam kegiatan analisis SWOT perlu adanya

[8] Sri Yati PRAWITASARI and Octavianus Pamungkas, "Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi Pada Dealer Honda Tunggul Sakti Di Semarang)" (other, Universitas Diponegoro, 2011), http://eprints.undip.ac.id/26745/.

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

usaha penggalian 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.[9] 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.[10] 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.

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

[9] Eka Aryani, "Penerapan Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Bisnis Dalam Upaya Mengatasi Permasalahan Akibat Covid-19 (Studi Kasus Pada Pt. Melvana Media Indonesia)" (other, Universitas Komputer Indonesia, 2021), https://doi.org/10/15.%20unikom_Eka%20aryani_BAB%20IV.pdf.

[10] Yessica Nugrahaningrum, "Perancangan strategi peningkatan daya saing komoditi teh indonesia di Pasar Internasional," 2019, https://digilib.uns.ac.id/dokumen/68760/Perancangan-strategi-peningkatan-daya-saing-komoditi-teh-indonesia-di-Pasar-Internasional.

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

tersebut merujuk proses perencanaan strategis yang dilakukan untuk mengkaji beberapa hal seperti:[11]

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 juka 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 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.

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.[12] Sedangkan berkaitan dengan

[11] David dan David, *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (Jakarta: Salemba Empat, 2015).

[12] Suryanita Pernamawati, Muhammad Kristiawan, and Happy Fitria, "Analisis Swot Ujian Nasional Berbasis Komputer," *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)* 6, no. 1 (May 12, 2020): 112–23, https://doi.org/10.31851/jmksp.v6i1.4038.

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

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 parkiran 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.

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.[13]

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

b. Aspek tekonologi

Sedangkan pemanfaat di bidang aspek teknologi Yayasan Tanah Wakaf

[13] Erni Widajanti, "Peran Strategi Operasi Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Bagi Perusahaan," *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 14, no. 1 (September 17, 2014), https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/836.

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

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 tekonologi 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 Soponyono yang ada di Jl. Kali Rungkut Surabaya. Kondisi pesaing sementara ini lebih unggul dari pada Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing, pasalnya ialah pasar Soponyono 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.

3. Matriks SWOT

Berikut bentuk matriks analisis SWOT di Yayasan Tanah Wakaf Pasar Pahing:

Tabel 1
Matriks SWOT

Faktor-faktor Intenal IFAS) / **Faktor-faktor Eksternal (EFAS)**	**STRENGHT/KEKUATAN (S)** 1. Sertifikasi tanah wakaf yang sudah ada akta ikrar wakaf 2. Para pedagang yang konsisten akan hal penjualannya	**WEAKNESS/KELEMAHAN (W)** 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
OPPORTUNITIES/PELUANG (O) 1. Memanfaatkan lahan yang luas potensi akan hal pembangunan aset wakaf juga semakin meningkat 2. Mengadakan sosialisasi dan	**STRATEGI SO** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang seperti: 1.Peningkatan aset berbentuk fasilitas dan perlengkapan	**STRATEGI WO** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang seperti: 1. Sumber daya manusia yang ada diajak musyawarah

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

pelatihan kepada masyarakat yang ingin melakukan wirausaha	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.	untuk memikirkan bersama solusi hutang yang dialami dengan memanfaatkan lahan. 2. Sosialisasi kepada karyawan yang ada untuk meminimalisir keteledoran yang ada.
THREATS/ANCAMAN (T) 1. parkiran yang ada di tanah wakaf Pasar Pahing tidak dikelola sendiri melainkan disewakan kepada pihak perseorangan	**STRATEGI ST** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman seperti: 1. Penguatan akta ikrar wakaf lebih dipertahankan dan pencabutan lahan parkir yang dikelola oleh perseorang segera direalisasikan	**STRATEGI WT** 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:[14]

a. Strategi SO (*Strenght Opportunities*)

Strategi SO adalah strategi yang muncul dari pemetaan *strenght* dan

[14] Rangkuti Freddy, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018).

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

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 *opportunies*, 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. 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 startegi WT, perusahaan perlu menentukan strategi yang mampu dilakukan guna mengendalikan ancamann yang ada dengan jalan meminimalkan kelemahan-kelemahan. Matriks SWOT dapat menunjukkan mengenai berbagai ancaman yang telah diidentifikasi pada perusahan. 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 (*Strenght Threats*)

Strategi *strenght* 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.

Pengembangan wakaf produktif dapat dibagi menjadi dua unsur lingkungan, diantaranya ialah lingkungan eksternal dan lingkungan

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

internal.[15] 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

[15] Robi Setiawan, Tenny Badina, and Mohamad Ainun Najib, "Strategi Pengelolaan Wakaf Produktif Dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Umat Pada Wakaf Produktif Dompet Dhuafa Banten," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 3, no. 1 (July 31, 2021): 64–83, https://doi.org/10.31000/almaal.v3i1.4587.

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

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

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 untukpeluang 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.

4. KESIMPULAN

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.

5. DAFTAR PUSTAKA

Abdurrohman Kasdi, "Fiqih Wakaf Dari Wakaf Klasik Hingga Wakaf Produktif", Yogyakarta: Idea Press, 2017.

Abū Bakr b. Aḥmad b. Abī Sahl al-Sarakhasī, Uṣūl al-Sarakhsī, Vol. 1, Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyah, 1993.

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

Fikri Amiruddin Ihsani Novi Febriyanti, "Cash Waqf Linked Social Entrepreneur," n.d.

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

Aryani, Eka. "Penerapan Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Bisnis Dalam Upaya Mengatasi Permasalahan Akibat Covid-19 (Studi Kasus Pada Pt. Melvana Media Indonesia)." Other, Universitas Komputer Indonesia, 2021. https://doi.org/10/15.%20UNIKOM_EKA%20ARYANI_BAB%20IV.pdf.

David, David dan. *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat, 2015.

"FACHRI FIRDAUS-FSH.Pdf." Accessed November 29, 2022. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/18458/1/FACHRI%20FIRDAUS-FSH.pdf.

Febriyanti, Novi, and A. Fikri Amiruddin Ihsani. "Cash Waqf Linked Social Entrepreneur." *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 10, no. 1 (May 20, 2020): 1–21. https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.1.1-21.

Freddy, Rangkuti. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.

Hadi, A. Chairul. "Peluang Wakaf Produktif Untuk Pembiayaan Pendidikan Islam." *Turats* 5, no. 1 (June 4, 2009): 14–23.

Kasdi, Abdurrohman. "Pergeseran Makna Dan Pemberdayaan Wakaf." *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf* 3, no. 1 (May 4, 2017): 1–17. https://doi.org/10.21043/ziswaf.v3i1.2279.

Nugrahaningrum, Yessica. "Perancangan strategi peningkatan daya saing komoditi teh indonesia di Pasar Internasional," 2019. https://digilib.uns.ac.id/dokumen/68760/Perancangan-strategi-peningkatan-daya-saing-komoditi-teh-indonesia-di-Pasar-Internasional.

Nur, Lailiyah. "Pengelolaan Wakaf Produktif Dan Non-Produktif Di Majelis Wakil Cabang Nahdlatul Ulama (MWC NU) Kecamatan Sumbergempol Tulungagung." Skripsi. IAIN Tulungagung, 2010. http://repo.uinsatu.ac.id.

Permana, Yudi, and Meirani Rahayu Rukmanda. "Wakaf: Tinjauan Fiqh, Dasar Hukum, Dan Implementasinya Di Indonesia." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 3, no. 2 (March 14, 2021): 154–68. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.307.

Pernamawati, Suryanita, Muhammad Kristiawan, and Happy Fitria. "ANALISIS SWOT UJIAN NASIONAL BERBASIS KOMPUTER." *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)* 6, no. 1 (May 12, 2020): 112–23.

Volume 3 No. 1 November 2022
P-ISSN: 2746-153X
E-ISSN: 2746-2838
DOI: 10.54396/qlb.v3i1.254

https://doi.org/10.31851/jmksp.v6i1.4038.

PRAWITASARI, Sri Yati, and Octavianus Pamungkas. "Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi Pada Dealer Honda Tunggul Sakti Di Semarang)." Other, Universitas Diponegoro, 2011. http://eprints.undip.ac.id/26745/.

Setiawan, Robi, Tenny Badina, and Mohamad Ainun Najib. "Strategi Pengelolaan Wakaf Produktif Dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Umat Pada Wakaf Produktif Dompet Dhuafa Banten." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 3, no. 1 (July 31, 2021): 64–83. https://doi.org/10.31000/almaal.v3i1.4587.

Syahrul, Hikmawan. "Peran Bank Wakaf Mikro Terhadap Perekonomian Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Masyarakat Di Sekitar Bank Wakaf Mikro (BWM) Syariah Pondok Pesantren Minhadlul'ulum Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Lampung)." Undergraduate, UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2022. http://repository.radenintan.ac.id/17829/.

Widajanti, Erni. "Peran Strategi Operasi Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Bagi Perusahaan." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 14, no. 1 (September 17, 2014). https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/836.