

## **STUDI KELAYAKAN WAKAF PRODUKTIF (Studi Kasus Pada Blok Pertokoan Masjid Al-Fairuz Pekalongan)**

**Gunawan Aji**

STAIN Pekalongan

Mosque as one of the objects of waqf can provide added value if managed productively. Land of the mosque can be used for a variety productive activities according to the principles of Islam. This study analyzes the aspects of marketing and financial aspects, the feasibility study for the project productive endowments shopping block Masjid Al-Fairuz Pekalongan.

The data used in the form of quantitative and qualitative data. Factors that will be analyzed in the marketing aspects that shape the market, demand and supply, marketing strategy (segmenting, targetting, and positioning), as well as the marketing mix strategy. Financial aspects of the Average Rate of Return, Payback Period, Net Present Value, Internal Rate of Return , and Profitability Index .

The results of research projects developing productive waqf shopping block mosque of Al-Fairuz Pekalongan is feasible. In the aspect of marketing, business managers have established a marketing strategy and marketing mix well. On the financial aspect, the ARR value indicates the number of 59%, greater than the minimum accounting rate of return of 7.30%. Payback Period calculation produces a value of 2 years, 6 months, 29 days, less than the economic life of the project. Project NPV is positive value of Rp 209,224,199.00. IRR of 20%, greater than the rate of return of deposits mudaraba Islamic banks are used in the calculation (7.30%). PI calculation results show 1.297193465 value greater than 1 ( $PI > 1$ ) .

**Keywords:** Feasibility Study, Waqf Productive, marketing aspects, financial aspects

## A. Pendahuluan

Pemahaman dan pemberdayaan harta wakaf di kalangan umat Islam telah mengalami perubahan yang signifikan. Dari waktu ke waktu, pemahaman wakaf produktif pun semakin berkembang dan komprehensif yang bertujuan untuk mengembangkan ekonomi, untuk kepentingan sosial masyarakat (Hakim, 2010).

Merujuk pada data Subdit Sistem Informasi Wakaf Kementerian Agama diperoleh informasi bahwa pada tahun 2012, luas tanah wakaf di Indonesia mencapai 3.492.045.373,754 m<sup>2</sup> yang tersebar di 420.003 lokasi di seluruh wilayah Indonesia. Hal ini tentu merupakan potensi ekonomi yang sangat baik jika dikelola secara produktif. Demikian halnya dengan objek wakaf yang berupa masjid. Masjid sebagai salah satu objek wakaf yang paling banyak dijumpai pun dapat memberikan nilai tambah jika dikelola secara produktif.

Tanah masjid bisa digunakan untuk berbagai usaha produktif, sejauh tidak bertentangan dengan prinsip Islam. Pemilihan proyek wakaf produktif yang tepat akan sangat menentukan potensi ekonomi dari wakaf tersebut. Oleh karena itu, diperlukan suatu studi yang cermat untuk menganalisa kelayakan proyek wakaf.

Masjid Al-Fairus Pekalongan merupakan salah satu masjid yang mengelola wakaf secara produktif. Di area masjid yang terletak di jalur pantura kota Pekalongan ini dibangun sebuah kompleks pertokoan untuk disewakan yang mulai dibangun pada tahun 2007. Dengan skema wakaf produktif, diharapkan hasil dari usaha penyewaan kios tersebut dapat mendanai biaya operasional masjid dan kegiatan-kegiatan sosial yang dijalankan Yayasan Al-Fairus.

Penelitian ini akan menganalisa aspek pemasaran serta aspek finansial untuk menilai kelayakan proyek pengembangan wakaf produktif blok pertokoan Masjid Al-Fairus Pekalongan yang sedang melakukan pembangunan blok baru sebagai upaya pengembangan lama.

## B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kelayakan proyek wakaf produktif blok pertokoan Masjid Al-Fairus Pekalongan ditinjau dari aspek pemasaran?
2. Bagaimana kelayakan proyek wakaf produktif blok pertokoan Masjid Al-Fairus Pekalongan ditinjau dari aspek finansial?

## C. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Metode deskriptif ini dimaksudkan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta sifat-sifat dari suatu fenomena yang diteliti.

### 2. Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara

langsung dari pihak-pihak terkait guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan proyek pengembangan wakaf Masjid Al-Fairus Pekalongan. Data tersebut berupa hasil wawancara dengan *nazhir* (pengelola) wakaf dan tenaga penjual yang bekerja di toko.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

#### a. Observasi

Observasi, yaitu pengamatan langsung ke lokasi penelitian guna memperoleh gambaran yang nyata tentang objek penelitian.

#### b. Wawancara

Tanya jawab dengan pihak pengelola wakaf Masjid Al-Fairus Pekalongan maupun pihak-pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

#### c. Dokumentasi

Untuk mengumpulkan data-data seperti umur ekonomis proyek dan tingkat diskonto yang sesuai.

### 4. Teknik Analisis Data

#### a. Analisis Pemasaran

Analisis pemasaran mencakup analisis bentuk pasar, proyeksi permintaan dan penawaran, *segmenting, targetting, positioning*, dan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*).

#### b. Analisis Finansial

Langkah-langkah yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung besarnya *initial investment* dengan cara menambahkan seluruh harga perolehan dari investasi aktiva tetap berupa bangunan blok pertokoan Masjid Al-Fairus.
- 2) Menetapkan umur ekonomis proyek.
- 3) Menghitung depresiasi aktiva.
- 4) Menentukan tingkat diskonto (*discount rate*) yang sesuai.
- 5) Memperkirakan arus kas (*cashflow*) baik *cash inflow* maupun *cash outflow*.
- 6) Analisis kelayakan investasi dengan menggunakan lima metode penganggaran modal (*capital budgeting*) yaitu *Average Rate of Return, Payback Period, Net Present Value, Internal Rate of Return*, dan *Profitabilty Index*.

## D. Landasan Teori

### 1. Studi Kelayakan

Studi kelayakan pada hakikatnya merupakan suatu pengkajian yang bersifat menyeluruh dan mencoba menyoroti segala aspek kelayakan proyek atau investasi (Soeharto, 1999), menilai proyek yang akan dikerjakan di masa mendatang (Suratman, 2001).

Tujuan studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang

terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan (Jumingan, 2009). Meliputi aspek pemasaran, teknis dan teknologi, sumber daya manusia, aspek hukum, finansial, dan lingkungan.

## 2. Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses sosial manajerial yang mana individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain (Kotler, 1994).

Hal-hal pokok yang perlu dianalisis pada aspek pasar antara lain bentuk pasar dan proyeksi permintaan dan penawaran untuk mengetahui keberadaan pasar potensial yang akan dimasuki oleh produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan.

Kriteria yang perlu dianalisis pada aspek pemasaran meliputi strategi pemasaran yang meliputi segmentasi pasar (*segmenting*), penetapan pasar sasaran (*targetting*), dan penetapan posisi pasar (*positioning*), serta strategi bauran pemasaran.

## 3. Aspek Finansial

Bisnis harus tetap memperhatikan aspek keuangan sebelum dijalankan. Bisnis yang berorientasi keuntungan akan memutuskan untuk menjalankan sebuah ide bisnis jika bisnis tersebut menguntungkan secara finansial, bisnis yang tidak berorientasi keuntungan memerlukan studi kelayakan pada aspek keuangan untuk menjawab pertanyaan apakah ide bisnis yang akan dijalankan dapat terus berjalan dalam upaya untuk menjalankan misi sosialnya dengan pendapatan yang diterimanya.

Analisis aspek finansial menganalisis kebutuhan dana serta sumbernya dan penilaian kelayakan investasi dengan menggunakan analisis *Average Rate of Return*, *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, dan *Profitability Index*.

### a. *Average Rate of Return*

Metode *Average Rate of Return* atau disebut juga *Accounting Rate of Return* (Tingkat Pengembalian Akuntansi) mengukur profitabilitas dari sudut pandang akuntansi konvensional dengan membandingkan investasi yang dibutuhkan dengan laba tahunan yang diperoleh di masa depan (Shim dan Siegel, 2001).

$$ARR = \frac{\text{Average earning after taxes (EAT)}}{\text{Average Investment}} \times 100\%$$

Kriteria :

Jika  $ARR \geq$  tingkat pengembalian yang diinginkan atau biaya modal, maka proyek layak dilaksanakan.

### b. *Payback Period*

Metode *Payback Period* (Periode Pemulihan) adalah banyaknya tahun yang dibutuhkan untuk mendapatkan kembali nilai investasi awal.

$$PP = \frac{\text{Initial investment}}{\text{Cash inflow}}$$

Kriteria :

Jika  $PP \geq$  umur proyek, maka proyek layak dilaksanakan.

c. *Net Present Value*

Metode *Net Present Value* (Nilai Sekarang Bersih) membandingkan nilai sekarang arus kas di masa depan yang diharapkan berasal dari proyek investasi dengan pengeluaran kas awal untuk investasi tersebut. Arus kas bersih adalah selisih antara perkiraan arus kas masuk yang diperoleh karena adanya investasi dengan perkiraan arus kas keluar untuk investasi tersebut.

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{FCF_t}{(1+k)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{FCF_t}{(1+k)^t} - IO$$

Keterangan:

FCF<sub>t</sub> = Arus kas bebas tahunan pada periode waktu t

k = tingkat diskonto yang tepat; yaitu tingkat pengembalian yang disyaratkan atau biaya modal

IO = Pengeluaran kas awal

n = usia proyek yang diharapkan

Kriteria:

Jika  $NPV \geq 0$ , maka proyek diterima.

Jika  $NPV < 0$ , maka proyek ditolak.

d. *Internal Rate of Return*

Metode ini untuk membuat peringkat usulan investasi dengan menggunakan tingkat pengembalian atas investasi yang dihitung dengan mencari tingkat diskonto yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas masuk proyek yang diharapkan terhadap nilai sekarang biaya proyek atau sama dengan tingkat diskonto yang membuat NPV sama dengan nol (Afriyeni, 2012).

$$IO = \sum_{t=1}^n \frac{FCF_t}{(1+IRR)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{FCF_t}{(1+IRR)^t}$$

Keterangan :

FCF<sub>t</sub> = arus kas bebas tahunan pada periode t

IO = pengeluaran kas awal

n = umur proyek

IRR = tingkat pengembalian internal proyek

Kriteria :

Jika  $IRR \geq$  tingkat pengembalian yang diinginkan, maka proyek diterima.

Jika  $IRR <$  tingkat pengembalian yang diinginkan, maka proyek ditolak.

e. *Profitability Index*

*Profitability Index* (PI) disebut juga dengan istilah *Benefit Cost Ratio* atau B/C Ratio. Pendekatan ini hampir sama dengan teknik NPV, hanya saja *Profitability Index* mengukur *present value* untuk setiap rupiah yang diinvestasikan, sementara teknik NPV menunjuk pada beberapa rupiah kelebihan *present value cash inflow* diatas *present value initial investment* (Syamsuddin, 2007).

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{FCF_t}{(1+k)^t}}{IO}$$

Keterangan :

FCF<sub>t</sub> = arus kas tahunan bebas pada waktu periode t

k = tingkat diskonto

IO = pengeluaran kas awal

n = umur proyek

Kriteria :

Jika  $PI \geq 1$ , maka proyek diterima.

Jika  $PI < 1$ , maka proyek ditolak.

#### 4. Wakaf Produktif

Secara etimologi, wakaf berasal dari perkataan Arab “waqf” yang berarti “al-habs”. Ia merupakan kata yang berbentuk masdar (*infinitive noun*) yang pada dasarnya berarti menahan, berhenti, atau diam (Khosyi’ah, 2010). Apabila kata tersebut dihubungkan dengan harta seperti tanah, binatang dan yang lain, ia berarti pembekuan hak milik untuk faedah tertentu.

Sebagai satu istilah dalam syariah Islam, wakaf diartikan sebagai penahanan hak milik atas materi benda (*al-‘ain*) untuk tujuan menyedekahkan manfaat atau faedahnya (*al-manfa‘ah*) ([www.bwi.or.id](http://www.bwi.or.id)).

Dalam UUR I No.41 Tahun 2004 tentang wakaf, disebutkan bahwa wakaf adalah perbuatan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariah (Wadjdy dan Mursyid, 2007).

Berdasarkan substansi ekonominya, wakaf dibagi menjadi dua macam, yaitu wakaf langsung dan wakaf produktif (Qahaf, 2008). Wakaf langsung yaitu wakaf untuk memberi pelayanan langsung kepada orang-orang yang berhak. Sedangkan wakaf produktif yaitu wakaf harta yang digunakan untuk kepentingan produksi, baik di bidang pertanian, perindustrian, perdagangan dan jasa yang manfaatnya bukan pada benda wakaf secara langsung, tetapi dari keuntungan bersih hasil pengembangan wakaf yang diberikan sesuai dengan tujuan wakaf.

Wakaf produktif pada dasarnya merupakan implementasi tujuan wakaf yaitu kemaslahatan melalui model-model usaha ekonomi yang produktif, sehingga manfaat dari harta wakaf dapat berdaya guna secara optimal dan berkesinambungan. Untuk merealisasikan wakaf produktif maka paling tidak harus mempertimbangkan empat azas, yaitu asas keabadian manfaat, asas pertanggung-jawaban, asas profesionalitas manajemen, dan asas keadilan sosial.

## E. Hasil Penelitian

### 1. Hasil Analisis Kelayakan Aspek Pemasaran Proyek Wakaf Produktif Blok Pertokoan Masjid Al-Fairus Pekalongan

#### a. Bentuk Pasar

Berdasarkan hasil analisa peneliti, dalam pelaksanaan usahanya, usaha penyewaan kios blok pertokoan Masjid Al-Fairus ini berada dalam bentuk pasar sebagai berikut:

##### 1) Dilihat dari sisi produsen

Dilihat dari sisi produsen, bentuk pasar usaha ini dapat digolongkan ke dalam pasar persaingan monopolistik. Hal ini dapat dilihat melalui ciri-ciri yang melekat, antara lain:

- a) Terdapat banyak produsen atau penjual, tetapi tidak sebanyak pasar persaingan sempurna.
- b) Adanya diferensiasi produk.
- c) Produsen dapat mempengaruhi harga.
- d) Produsen dapat keluar masuk pasar.
- e) Promosi penjualan harus aktif.

##### 2) Dilihat dari sisi konsumen

Dilihat dari sisi konsumen, bentuk pasar usaha ini dapat digolongkan ke dalam pasar industri. Hal ini karena produk jasa yang ditawarkan usaha ini kepada konsumennya, yaitu penyewaan kios toko, digunakan untuk produksi barang atau jasa lain (dipakai untuk diproses lebih lanjut).

#### b. Kecenderungan Permintaan dan Penawaran

Geliat dunia usaha yang dewasa ini semakin menggairahkan menjadi potensi yang baik bagi banyak jenis usaha, termasuk investasi di sektor properti sewa, khususnya usaha penyewaan kios pertokoan. Antara industri yang satu dengan yang lain keberadaannya saling mendukung. Meskipun belum ada data statistik yang pasti, tetapi tidak diragukan lagi banyaknya jumlah pengusaha di kota Pekalongan dan sekitarnya, khususnya pengusaha batik dan kuliner turut mempengaruhi sekaligus membuka peluang bagi usaha penyewaan kios pertokoan. Dengan demikian, *market space* (peluang pasar) usaha penyewaan kios pertokoan masih terbuka lebar. Adapun penguasaan pangsa pasar (*market share*) dapat diprediksikan melalui kecenderungan permintaan dan penawarannya.

Kecenderungan permintaan dan penawaran kios pertokoan Masjid Al-Fairus Pekalongan dapat dilihat melalui data berikut:

Tabel 1. Penawaran dan Permintaan Kios Blok A

Tahun	Jumlah Kios yang Ditawarkan (unit)	Jumlah Kios yang Disewa (unit)
2009 – 2010	6	6
2010 – 2011	6	6
2011 – 2012	6	6
2012 – 2013	8	8
2013 – 2014	9	9
2014 – 2015	8	8

Sumber: Yayasan Al-Fairus Pekalongan

Melalui data pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa jumlah unit yang ditawarkan setiap tahunnya sama dengan jumlah unit yang disewa. Artinya, semua unit yang ditawarkan dengan berbagai tingkat harga selalu laku disewa.

### c. Strategi Pemasaran (*Segmenting, Targetting, Positioning*)

#### 1) Segmentasi Pasar (*Segmenting*)

Segmen pasar yang dituju dalam usaha ini adalah segmen pengusaha. Dalam hal ini segmentasi pasar dilakukan dengan cara segmentasi demografis yaitu membagi-bagi pasar berdasarkan faktor demografis pekerjaan (profesi).

Pemilihan segmen pasar ini dirasa tepat karena memenuhi syarat-syarat segmentasi, yaitu:

- a) Dapat diukur, baik ukuran, daya beli maupun profil segmen.
- b) Dapat dijangkau. Segmen pasar dapat dijangkau dan dilayani secara efektif.
- c) Cukup besar. Segmen pasar cukup besar dan mampu memberikan laba jika dilayani.
- d) Dapat dilaksanakan. Program efektif dapat dirancang untuk menarik dan melayani segmen tersebut.

#### 2) Penetapan Pasar Sasaran (*Targetting*)

Penetapan pasar sasaran dilakukan melalui alternatif strategi *concentrated marketing*, dimana perusahaan hanya memusatkan usaha pemasarannya pada satu atau beberapa kelompok pembeli saja. Dari segmen pasar yang dituju, segmen pengusaha, kemudian ditetapkan pasar sasarannya, yaitu pengusaha batik dan kuliner Pekalongan.

Penetapan pasar sasaran ini sudah cukup tepat karena telah mempertimbangkan beberapa hal, yaitu sumber daya perusahaan, variabilitas produk, tahapan produk dalam siklus hidup produk, variabilitas pasar, dan strategi pesaing.

#### 3) Penetapan Posisi Pasar (*Positioning*)

Pencitraan yang ingin dibangun oleh pengelola, yaitu sebagai kompleks pertokoan yang menyatu dengan kawasan masjid Al-Fairus yang menjadi daya tarik pengunjung, letak strategis, fasilitas memadai, dan harga sewa terjangkau. Ini berarti manajemen telah mampu mengidentifikasi dan memilih keunggulan kompetitif yang dimiliki dengan baik. Manajemen mendiferensiasikan tawaran jasanya menurut atribut, harga, dan kualitas. Dalam hal ini, manajemen telah menerapkan strategi *positioning* menurut atribut sekaligus strategi *positioning* menurut harga dan kualitas.

### d. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing mix*)

#### 1) Produk (*Product*)

Produk yang ditawarkan usaha ini adalah produk jasa berupa penyewaan kios toko. Blok pertokoan Al-Fairus ini terdiri dari dua blok toko. Blok pertama, yaitu blok A terdiri dari 9 unit kios dengan luas 5x7 meter per kios. Sedangkan blok B, yang masih dalam pembangunan, direncanakan ada 22 unit kios dengan luas 4x4 meter. Melalui atribut yang melekat pada produk, seperti desain bangunan yang diciptakan senyaman mungkin bagi konsumen penyewa maupun pengunjung toko, manajemen telah membedakan produk jasanya dengan pesaing.



## 2) Harga (*Price*)

Pendekatan yang digunakan pihak manajemen dalam menetapkan harga yaitu dengan pendekatan *competition based pricing* (penetapan harga berdasarkan persaingan). Kebijakan harga yang ditetapkan oleh manajemen lebih murah daripada harga yang ditetapkan pesaing sebagai upaya untuk menarik minat konsumen. Jika dibandingkan dengan salah satu pesaingnya, di pasar grosir batik Setono misalnya, harga sewa kios yang berada di bagian timur bahkan mencapai Rp 20.000.000,00 per tahun.

Harga sewa kios ini dievaluasi tiap tahunnya. Berikut data historis harga/tarif sewa kios blok A dari tahun ke tahun.

Tabel 2. Harga Sewa Kios Blok A Tahun 2009 - 2014

Tahun	Harga Sewa (Rp)
2009 – 2010	6.000.000
2010 – 2011	6.000.000
2011 – 2012	6.000.000
2012 – 2013	7.500.000
2013 – 2014	11.000.000
2014 – 2015	11.000.000

Sumber: Yayasan Al-Fairus Pekalongan

Kebijakan harga sewa kios yang direncanakan oleh pihak manajemen pada tahun berikutnya yaitu Rp 12.000.000,00/tahun untuk kios blok A dan Rp 11.000.000,00/tahun untuk kios blok B (blok terakhir).

## 3) Tempat (*Place*)

Usaha blok pertokoan Al-Fairus ini berada di kawasan wakaf Masjid Al-Fairus yang terletak di pinggir jalan raya sekaligus jalur pantura kota Pekalongan, dekat dengan fasilitas publik seperti terminal dan hotel. Pemilihan lokasi ini sangat strategis untuk memudahkan usaha dalam menjangkau konsumen.

Letak blok B itu sendiri ada di sebelah utara blok A. Meskipun lokasinya agak ke belakang, tetapi masih mudah dijangkau pengunjung.

## 4) Promosi (*Promotion*)

Tidak ada kebijakan promosi khusus yang ditetapkan oleh manajemen. Calon konsumen (penyewa) datang dengan sendirinya. Bahkan ketika blok pertokoan masih dalam proses pembangunan. Ada juga calon konsumen yang sudah memiliki kios di tempat pesaing dan bermaksud menambah kios-nya lagi. Sejauh ini, kegiatan promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*), serta melalui bantuan media sosial, yaitu blog. Di laman blog-nya, <http://alfairuspekalongan.blogspot.com> kawasan Al-Fairus diperkenalkan ke masyarakat melalui artikel-artikel yang dimuat. Kelebihannya, manajemen tidak perlu mengeluarkan banyak biaya untuk kegiatan promosi, namun program promosi tetap harus dibuat, tidak hanya untuk menarik minat konsumen penyewa, tetapi juga menarik minat pengunjung.

5) Orang (*People*)

Partisipan yang terlibat dalam pelayanan jasa masih terbatas pada pengurus yayasan. Tidak ada karyawan yang secara profesional dipekerjakan untuk melayani konsumen. Kelebihannya adalah penghematan biaya untuk membayar gaji karyawan.

6) Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Usaha blok pertokoan Al-Fairus ini ditunjang dengan sarana fisik yang memadai, seperti area parkir yang luas, bangunan representatif, langsung berhadapan dengan masjid, serta lingkungan yang bersih, rapi, dan nyaman. Hal ini menjadi keunggulan tersendiri bagi usaha tersebut.

7) Proses (*Process*)

Proses jasa telah dikomunikasikan oleh pihak manajemen melalui serangkaian prosedur dan pelayanan yang baik terhadap konsumen. Calon konsumen yang hendak menyewa kios akan dilayani oleh pengurus/pengelola di kantor sekretariat yang ada di kawasan Masjid Al-Fairus. Setelah harga disepakati, dibuat kontrak perjanjian dengan teknis pembayaran sewa dibayar di muka.

## 2. Hasil Analisis Kelayakan Aspek Finansial Wakaf Produktif Blok Pertokoan Masjid Al-Fairus Pekalongan

Asumsi-asumsi yang digunakan dalam menentukan kriteria kelayakan pada proyek pengembangan wakaf produktif blok pertokoan masjid Al-Fairus Pekalongan ini adalah sebagai berikut:

- a. Objek analisis adalah investasi aktiva tetap berupa bangunan kios blok B.
- b. Periode analisis dimulai dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2018 (4 tahun).
- c. Sumber modal yang digunakan adalah modal sendiri.
- d. Jenis biaya yang ditimbulkan yaitu biaya pemeliharaan bangunan dan biaya penyusutan bangunan.
- e. Diasumsikan biaya pemeliharaan bangunan muncul pada tahun ke-4 dengan estimasi sebesar Rp10.000.000,00.
- f. Umur ekonomis proyek ditetapkan 20 tahun. Penetapan umur proyek ini mengacu pada pedoman indikasi umur bangunan kategori toko/kios individu yang dibuat oleh MAPPI (Masyarakat Profesi Penilai Indonesia).
- g. Depresiasi/penyusutan bangunan dihitung menggunakan metode garis lurus (*straight line method*) dengan nilai akhir (nilai sisa) 10%.
- h. Tidak ada unsur pajak dalam usaha ini. Karena usaha ini merupakan proyek pengembangan wakaf produktif yang didirikan di atas tanah wakaf, maka tidak dikenakan pajak apapun.
- i. Faktor diskonto yang digunakan dalam perhitungan yaitu *rate of return* bagi hasil deposito mudharabah bank syariah untuk jangka waktu 1 tahun. Dari berbagai bank syariah yang ada di Indonesia, diambil *rate* tertinggi, yaitu sebesar 7,30 % dan dianggap tetap setiap tahunnya.
- j. Pertumbuhan pendapatan sewa diabaikan dan penerimaan sewa diasumsikan tetap.

### a. Kebutuhan dan Sumber Dana

Kebutuhan dana untuk proyek ini adalah untuk investasi bangunan blok baru. Sumber dana untuk investasi seluruhnya dibiayai oleh pihak pembangun, H. Abdullah Machrus. Jenis investasi yang ada dalam kegiatan usaha ini berupa investasi bangunan kios. Jumlah dana yang dibutuhkan untuk investasi awal sebesar Rp 704.000.000,00 (4 x 4 m x Rp 2.000.000,00 x 22 unit).

#### 1) Proyeksi Aliran Kas

Aliran kas masuk berasal dari pendapatan sewa kios yang dibayar di muka untuk masa kontrak satu tahun dengan estimasi Rp 242.000.000,00 / tahun (Rp 11.000.000,00 x 22 unit). Pendapatan sewa ini selanjutnya, setelah dikurangi biaya-biaya sehingga didapat laba usaha, dibagi antara yayasan wakaf dengan pihak pembangun dengan nisbah bagi hasil 50:50.

Sedangkan aliran kas keluar (*cash outflow*) terjadi pada saat investasi awal dan pada saat mengeluarkan kas untuk biaya pemeliharaan bangunan pada tahun ke-4 dengan estimasi sebesar Rp 10.000.000,00.

Proyeksi aliran kas ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Proyeksi Aliran Kas

Tahun	Inflow	Outflow
0	-	Rp 704.000.000
1	Rp 242.000.000	-
2	Rp 242.000.000	-
3	Rp 242.000.000	-
4	Rp 242.000.000	Rp 10.000.000

#### 2) Analisis Kelayakan Investasi

Analisis kelayakan investasi pengembangan wakaf produktif blok pertokoan Al-Fairus dilakukan dengan bantuan aplikasi Microsoft Excel. Hasil penilaian kelayakan investasi menggunakan lima metode penganggaran modal (*capital budgeting*) yaitu *Average Rate of Return* (ARR), *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI), dapat dilihat pada bagian lampiran yang telah diringkaskan dalam tabel berikut.

Tabel 4. Nilai Kelayakan Investasi Proyek Wakaf Produktif  
Blok Pertokoan Al-Fairus

Metode	Nilai
Average Rate of Return (ARR)	59%
Payback Period (PP)	2 tahun, 6 bulan, 29 hari
Net Present Value (NPV)	209.224.199
Internal Rate of Return (IRR)	20%
Profitability Index (PI)	1,297193465

#### a. *Average Rate of Return* (ARR)

Kriteria kelayakan penerimaan investasi menggunakan metode ARR adalah suatu usulan investasi dinyatakan layak jika ARR lebih besar dari *minimum accounting rate of return* yang

dikehendaki. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai ARR menunjukkan angka 59%, lebih besar dari *minimum accounting rate of return* yang dikehendaki, 7,30%. Sehingga proyek layak dijalankan.

**b. Payback Period (PP)**

Periode pengembalian (*Payback Period*) adalah jangka waktu yang diperlukan untuk mengembalikan modal suatu investasi, yang dihitung dari arus kas bersih. Dari hasil perhitungan ini didapat nilai 2 tahun, 6 bulan, 29 hari. Hal ini berarti proyek ini sudah dapat menutup biaya investasi awalnya sebelum umur ekonomis proyek berakhir, maka proyek pengembangan wakaf produktif ini layak untuk dijalankan dan menguntungkan.

**c. Net Present Value (NPV)**

Kriteria NPV didasarkan atas konsep pendiskontoan seluruh arus kas ke nilai sekarang. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai NPV untuk proyek pengembangan wakaf produktif Al-Fairus adalah Rp 209.224.199,00. Nilai tersebut merupakan penerimaan kas bersih yang diterima usaha penyewaan kios blok B empat tahun periode analisis. Dari data tersebut didapatkan nilai positif yang menunjukkan bahwa nilai arus kas masuk lebih besar daripada nilai kas keluar, sehingga proyek tersebut layak untuk dilanjutkan.

**d. Internal Rate of Return (IRR)**

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai IRR dari proyek pengembangan wakaf produktif Al-Fairus sebesar 20%, nilai ini lebih besar dari nilai *rate of return* deposito mudharabah bank syariah yang digunakan dalam perhitungan (7,30%). Hal ini berarti, tingkat pengembalian yang dihasilkan dari investasi pada proyek investasi ini lebih besar nilainya dibandingkan tingkat pengembalian yang dihasilkan dari investasi pada deposito mudharabah di bank syariah. Dengan demikian, kriteria untuk usaha tersebut dapat dinilai layak.

**e. Profitability Index (PI)**

*Profitability Index* menunjukkan kemampuan menghasilkan laba per satuan nilai investasi. Hasil perhitungan untuk proyek pengembangan wakaf produktif Al-Fairus menunjukkan nilai 1,297193465. Nilai ini berarti perbandingan penerimaan dari proyek lebih besar daripada jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memperolehnya, atau dengan kata lain proyek pengembangan wakaf produktif blok pertokoan Al-Fairus ini akan mendapatkan tambahan penerimaan Rp 1,297193465 dari setiap pengeluaran Rp 1,00 dan karena nilai PI lebih besar dari 1 ( $PI > 1$ ), maka proyek pengembangan wakaf produktif ini layak untuk dilanjutkan.

## F. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Proyek wakaf produktif blok pertokoan Masjid Al-Fairus Pekalongan berada dalam bentuk pasar persaingan monopolistik pada sisi produsen dan pasar industri pada sisi konsumen. Banyaknya jumlah pengusaha di kota Pekalongan dan sekitarnya, khususnya pengusaha batik dan kuliner, berimplikasi pada *market space* (peluang pasar) usaha penyewaan kios pertokoan yang masih terbuka lebar. Penguasaan pangsa pasar (*market share*) dapat dilihat melalui

kecenderungan permintaan dan penawarannya. Berdasarkan data yang ada, penawaran unit kios pertokoan Al-Fairus tiap tahunnya berimbang dengan permintaannya.

Strategi segmentasi pasar (*segmenting*) yang ditetapkan melalui segmentasi demografis berdasarkan faktor demografis profesi, dengan segmen pasar yang dipilih yaitu segmen pengusaha, sudah tepat karena telah memenuhi syarat-syarat segmentasi. Penetapan pasar sasaran (*targetting*) yang dilakukan dengan strategi *concentrated marketing*, yaitu dengan pasar sasaran pengusaha batik dan kuliner Pekalongan juga sudah tepat karena telah mempertimbangkan faktor sumber daya perusahaan, variabilitas produk, tahapan produk dalam siklus hidup produk, variabilitas pasar, dan strategi pesaing.

Dalam penetapan posisi pasar (*positioning*), pihak manajemen telah mampu mengidentifikasi dan memilih keunggulan kompetitifnya dengan baik. Manajemen mendiferensiasikan produknya menurut atribut, harga, dan kualitas, yang berarti bahwa manajemen telah menerapkan strategi *positioning* menurut atribut sekaligus strategi *positioning* menurut harga dan kualitas.

Strategi bauran pemasaran juga telah ditetapkan dengan baik meskipun masih terdapat kekurangan di beberapa bagian seperti pada bauran promosi (*promotion*).

Dengan melihat kondisi aspek pemasaran secara keseluruhan, maka dapat disimpulkan bahwa proyek pengembangan wakaf produktif blok pertokoan masjid Al-Fairus Pekalongan layak untuk dilaksanakan.

2. Pada aspek finansial, sumber dana untuk investasi seluruhnya dibiayai dengan modal sendiri. Jumlah dana yang dibutuhkan untuk investasi awal sebesar Rp704.000.000 ( $4 \times 4 \text{ m} \times \text{Rp} 2.000.000 \times 22 \text{ unit}$ ). Aliran kas masuk (*cash inflow*) berasal dari pendapatan sewa kios yang dibayar di muka untuk masa kontrak satu tahun dengan estimasi Rp 242.000.000/tahun ( $\text{Rp} 11.000.000 \times 22 \text{ unit}$ ) dan dianggap tetap setiap tahunnya. Sedangkan aliran kas keluar (*cash outflow*) terjadi pada saat investasi awal dan pada saat mengeluarkan kas untuk biaya pemeliharaan bangunan pada tahun ke-4 yaitu sebesar Rp 10.000.000.

Penilaian kelayakan investasi pengembangan wakaf produktif blok pertokoan Al-Fairus menggunakan lima metode penganggaran modal (*capital budgeting*) yaitu *Average Rate of Return* (ARR), *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI) menghasilkan nilai ARR yang menunjukkan angka 59%, lebih besar dari *minimum accounting rate of return* yang dikehendaki, 7,30%, sehingga proyek layak dijalankan. Pada perhitungan *Payback Period* didapat nilai 2 tahun, 6 bulan, 29 hari yang berarti proyek sudah dapat menutup biaya investasi awalnya sebelum umur ekonomis proyek berakhir, maka proyek pengembangan wakaf produktif ini layak untuk dijalankan dan menguntungkan. Nilai NPV proyek sebesar Rp 209.224.199, yang merupakan penerimaan kas bersih yang diterima usaha penyewaan kios blok B empat tahun periode analisis. Nilai positif menunjukkan bahwa nilai arus kas masuk lebih besar daripada nilai kas keluar, sehingga proyek tersebut layak untuk dilanjutkan. Nilai IRR sebesar 20%, lebih besar dari nilai *rate of return* deposito mudharabah bank syariah yang digunakan dalam perhitungan (7,30%), yang

berarti bahwa tingkat pengembalian yang dihasilkan dari investasi pada proyek investasi ini lebih besar nilainya dibandingkan tingkat pengembalian yang dihasilkan dari investasi pada deposito mudharabah di bank syariah sehingga usaha tersebut dapat dinilai layak.

Hasil perhitungan PI menunjukkan nilai 1,297193465. Nilai ini berarti perbandingan penerimaan dari proyek lebih besar daripada jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memperolehnya, atau dengan kata lain proyek pengembangan wakaf produktif blok pertokoan Al-Fairus ini akan mendapatkan tambahan penerimaan Rp 1,297193465 dari setiap pengeluaran Rp 1,00 dan karena nilai PI lebih besar dari 1 ( $PI > 1$ ), maka proyek pengembangan wakaf produktif ini layak untuk dilanjutkan.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa ditinjau dari aspek finansial, proyek pengembangan wakaf produktif blok pertokoan Masjid Al-Fairus Pekalongan layak untuk dilaksanakan.

### G. Saran

1. Pada aspek pemasaran, meskipun usaha tidak berhubungan langsung dengan konsumen toko, karena yang menjadi konsumen usaha ini adalah penyewa toko, namun manajemen perlu memperhatikan faktor keramaian pengunjung. Karena banyaknya pengunjung turut mempengaruhi persepsi dan loyalitas konsumen penyewa yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, manajemen harus meningkatkan program pemasarannya untuk menarik minat pengunjung Al-Fairus.
2. Pada aspek finansial, manajemen perlu mengidentifikasi kembali jenis investasi, modal kerja, serta biaya-biaya yang dikeluarkan dan melakukan pencatatan secara terperinci. Biaya pemeliharaan bangunan dan biaya penyusutan perlu diakomodasi dalam perhitungan. Laporan keuangan juga perlu dilengkapi, tidak hanya laporan arus kas saja.

### Bibliografi

#### Jurnal

- Cahyu, Beriska dkk, "Analisis Kelayakan Aspek Pasar, Teknis, dan Finansial Produksi Brem Padat Dengan Penambahan Moka (Studi Kasus Pada UKM Brem Prihantini Caruban, Madiun)" dalam *Jurnal Teknologi Pertanian*, Vol. 9, No. 2, Agustus 2008, h. 106-113.
- Hakim, Abdul, "Manajemen Harta Wakaf Produktif dan Investasi Dalam Sistem Ekonomi Syari'ah" dalam *Jurnal Riptek* Vol.4, No.11, 2010.
- Herry dkk, "Kelayakan Proyek Ruko Kedoya Dari Aspek Pasar, Finansial Dan Sosial Ekonomi" dalam *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, Jilid 1, No.3, Maret 2013, h. 335-341.
- Soekarno, Winoto, "Pengembangan Wakaf Sebagai Sumber Modal Usaha".
- Zarqa, Muhammad Anas "Financing And Investment In Awqaf Projects: A Non-Technical Introduction" di <http://www.irti.org>.

**Buku**

- Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*, Cet.2, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Khosyi'ah, Siah, *Wakaf dan Hibah*, Bandung: Pustaka Setia, 2010.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Prenhallindo, 2004.
- Masyhuri dan Zainuddin, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, Bandung: PT Refika Aditama, 2011.
- Mubarok, Jaih, *Wakaf Produktif*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008.
- Nitisemito dan Burhan, *Wawasan Studi Kelayakan dan Evaluasi Proyek*, Cet. 2, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Qahaf, Mundzir, *Manajemen Wakaf Produktif*, Cet. 2, Jakarta: Khalia, 2008.
- Rianse, Usman dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Ririn dan Mastuti, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Kasus*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Riyanto, Bambang, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Yogyakarta: BPFE, 2010.
- Shim, Jae dan Joel Siegel, *Budgeting: Pedoman Lengkap Langkah-Langkah Penganggaran*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Soeharto, Iman, *Manajemen Proyek: Dari Konseptual Sampai Operasional*, Ed. 2, Cet.1, Jilid 1, Jakarta: Eralangga, 1999.
- Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis: Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010.
- Suratman, *Studi Kelayakan Proyek*, Yogyakarta: J&J Learning, 2001.
- Swastha, Bayu dan Irawan, *Menejemen Pemasaran Modern*, Ed.2, Cet. 13, Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Syamsuddin, Lukman, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007.
- Tandelilin, Eduardus, *Portofolio dan Investasi*, Yogyakarta: Kanisius, 2010.
- Umar, Husein, *Studi Kelayakan Bisnis*, Ed. 3, Cet. 9, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- \_\_\_\_\_, *Studi Kelayakan dalam Bisnis Jasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Wadjdy, Farid dan Mursyid, *Wakaf dan Kesejahteraan Umat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Warsono, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Malang: Bayumedia Publishing, 2003.
- Weston dan Copeland, *Manajemen Keuangan*, Ed. 9, Jilid 1, Jakarta: Binarupa Aksara, 1995.



### **Hasil Penelitian**

Wulansari, I Gusti Ayu Made, “Analisis Ekonomi Pengembangan Bendungan Poh Santen Di Desa Poh Santen Kecamatan Mendoyo Kabupaten Jembrana”, Tesis Magister Ilmu Ekonomi, Denpasar: Universitas Udayana, 2012.

Zakariastudi,Lutfi, “Kelayakan Bisnis Pengembangan Usaha Isi Ulang Minyak Wangi Pada Usaha Perseorangan Boss Parfum Bogor”, Skripsi Fakultas Ekonomi Manajemen, Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2010.

### **Internet**

<http://bimasislam.kemenag.go.id>

<http://www.bwi.or.id>

<http://www.mappi.or.id>

[eprints.binus.ac.id/3881/](http://eprints.binus.ac.id/3881/)