

BUSINESS MODEL CANVAS WAKAF PRODUKTIF PISANG CAVENDISH PADA ROUMAH WAKAF

Nurul Fajreini

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya
fajreini22@gmail.com

Lian Fuad

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya
lian.fuad@uinsa.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the business model of the Productive Waqf Program for Cavendish Bananas developed by Roumah Wakaf as an innovative approach to managing waqf assets. This topic was selected because productive waqf serves as a strategic alternative to improving community welfare and food security through a social entrepreneurship framework. The study employs a qualitative descriptive method using the Business Model Canvas (BMC) analysis to map the nine key elements of Roumah Wakaf's business model. The findings indicate that Roumah Wakaf has successfully built an integrated management system that combines spiritual and economic aspects through strategic partnerships with farmers, Islamic financial institutions, and modern markets. This program not only generates economic returns from Cavendish banana harvests but also provides social benefits in the form of farmer empowerment and funding for social programs. In conclusion, this productive waqf business model can serve as an innovative example of sustainable waqf management that integrates Islamic philanthropic values with modern business practices.

Keywords: *Business Model Canvas, Cavendish Banana, Roumah Wakaf, Productive Waqf.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis program Wakaf Produktif Pisang Cavendish yang dikembangkan oleh Roumah Wakaf sebagai bentuk inovasi dalam pengelolaan aset wakaf. Topik ini dipilih karena wakaf produktif menjadi alternatif strategis untuk meningkatkan kesejahteraan umat dan ketahanan pangan melalui pendekatan kewirausahaan sosial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis *Business Model Canvas* (BMC) untuk memetakan sembilan elemen utama dalam model bisnis Roumah Wakaf. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Roumah Wakaf berhasil membangun sistem pengelolaan yang terintegrasi antara aspek spiritual

dan ekonomi, melalui kemitraan strategis dengan petani, lembaga keuangan syariah, serta pasar modern. Program ini tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi dari hasil panen pisang Cavendish, tetapi juga memberikan manfaat sosial berupa pemberdayaan petani dan pendanaan program sosial. Kesimpulannya, model bisnis wakaf produktif ini dapat menjadi contoh inovatif pengelolaan wakaf berkelanjutan yang memadukan nilai filantropi Islam dengan praktik bisnis modern.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, Pisang Cavendish, Roumah Wakaf, Wakaf Produktif.

Pendahuluan

Wakaf menjadi salah satu instrumen distribusi kekayaan dalam Islam yang dapat membantu mendorong pertumbuhan ekonomi negara.¹ Dengan adanya wakaf, distribusi kekayaan ekonomi menjadi lebih merata. Hal ini sesuai dengan nilai ekonomi Islam yaitu keadilan. Keadilan yang dimaksud bukan sama rata, akan tetapi setiap individu dapat memperoleh hak dan kewajiban yang sama. Hasil dari usaha ekonomi ketika berlebih maka dianjurkan untuk dikeluarkan agar tidak terjadi penimbunan kekayaan.² Hal ini diterangkan dalam Surah Al-Baqarah ayat 267:

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

Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali

¹ Redaksi BWI, "Wakaf dan Pembangunan Ekonomi," *Badan Wakaf Indonesia | BWI.go.id*, February 14, 2023, hlm 1 <https://www.bwi.go.id/8624/2023/02/14/wakaf-dan-pembangunan-ekonomi/>.

² "Sistem Ekonomi Syariah: Konsep dan Prinsip Dasar yang Harus Diketahui," accessed August 27, 2025, hlm 1 <https://www.prudentialsyariah.co.id/id/news/sistem-ekonomi-syariah/index.html>.

dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. [QS. Al-Baqarah (2): 267].

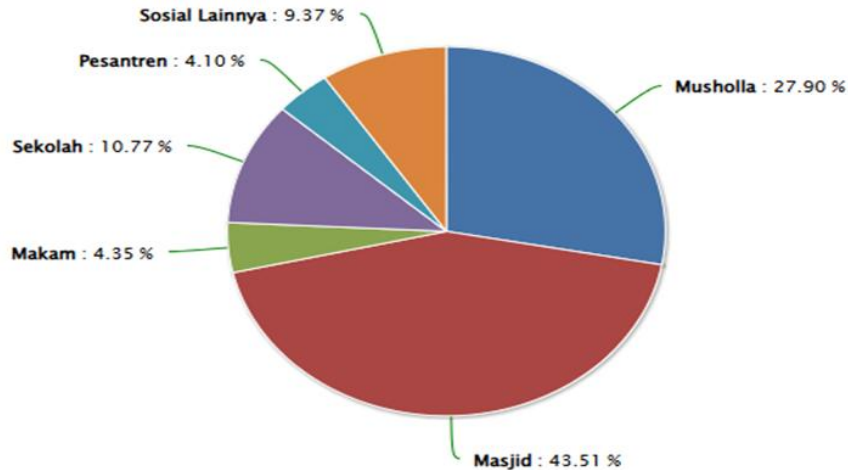
Ayat tersebut menunjukkan seruan agar menginfakkan sebagian harta hasil usaha mereka. Hal ini menegaskan bahwa Islam mendorong umatnya untuk menyalurkan sebagian hartanya bagi kemaslahatan sosial. Salah satu bentuk instrumen infak yang bersifat berkelanjutan adalah wakaf. Wakaf yaitu penyerahan harta yang manfaatnya dapat terus digunakan untuk kepentingan umum tanpa mengurangi pokok harta tersebut. Wakaf memiliki kedudukan penting dalam pembangunan umat, karena mampu menjadi sumber pendanaan sosial-ekonomi yang berkelanjutan.³

Menurut Waryono Abdul G. (Direktur Pemberdayaan Zakat dan Wakaf Kemenag Republik Indonesia) menyatakan bahwa Potensi wakaf di Indonesia mencapai Rp180 triliun per tahun, namun realisasinya baru mencapai Rp2,3 triliun.⁴ Hal tersebut mengindikasikan adanya gap yang cukup besar. Penyebab utamanya ialah rendahnya literasi masyarakat mengenai perkembangan wakaf.⁵ Hal tersebut dibuktikan dengan penggunaan aset tanah wakaf di Indonesia yang dominan konsumtif seperti masjid, makam dan lain-lain, sehingga potensi pengembangan aset wakaf sebagai sumber pendanaan sosial-ekonomi yang berkesinambungan menjadi kurang. Hal ini ditunjukkan pada grafik lingkaran sebagai berikut.

³ Faridah binti Haji Puteh, "Peranan Wakaf dalam Pembangunan Sosio-Ekonomi di Negara Brunei Darussalam: Kajian Sektor Pertanian" (Thesis, Universiti Islam Sultan Sharif Ali, 2021), <https://e-ilami.unissa.edu.bn:8443/handle/20.500.14275/4698>.

⁴ Kemenag, "Potensi Capai Rp180 T, Kemenag Perkuat Kualitas Nazir dan Kebijakan Tata Kelola Wakaf Uang," <https://kemenag.go.id>, accessed August 20, 2025, hlm 1, <https://kemenag.go.id/nasional/potensi-capai-rp180-t-kemenag-perkuat-kualitas-nazir-dan-kebijakan-tata-kelola-wakaf-uang-nNKZD>.

⁵ Amelia Fauzia et al., *Fenomena Wakaf Di Indonesia: Tantangan Menuju Wakaf Produktif* (Badan Wakaf Indonesia, 2016).



Gambar 1. Pemanfaatan Tanah Wakaf Indonesia
Sumber: (Sistem Informasi Wakaf, 2025)

Wakaf sudah seharusnya bertransformasi menjadi hal yang lebih bersifat berkepanjangan dalam hal ini disebut dengan wakaf produktif. Wakaf produktif merupakan mengelola wakaf dengan orientasi untuk mengembangkan harta wakaf sehingga dapat menciptakan profit yang berkelanjutan.⁶ Dari profit wakaf produktif ini akan digunakan untuk memenuhi berbagai keperluan umat, seperti layanan pendidikan, kesehatan, serta aspek sosial lainnya. Bentuk wakaf produktif bermacam-macam antara lain, pengelolaan lahan pertanian, perkebunan atau peternakan, pembangunan fasilitas kesehatan dan pendidikan, wakaf saham, dan investasi dana wakaf dalam instrumen keuangan Syariah.⁷

Perkembangan konsep wakaf produktif saat ini juga mulai berkembang salah satunya berbasis agribisnis. Wakaf produktif berbasis agribisnis mulai menarik perhatian berbagai lembaga wakaf di Indonesia. Salah satunya adalah Roumah Wakaf, yang berupaya mengembangkan wakaf produktif di sektor pertanian melalui budidaya pisang Cavendish. Komoditas ini memiliki nilai jual tinggi dan peluang ekspor yang menjanjikan, terutama

⁶ Redaksi BWI, "Pengembangan Wakaf Produktif," *Badan Wakaf Indonesia | BWI.go.id*, May 26, 2023, hlm 1 <https://www.bwi.go.id/8787/2023/05/26/pengembangan-wakaf-produktif/>.

⁷ Yulia Khoirun Nisa, Moh Yusuf Dawud, and Noor Djohar, "Strategi Pengembangan Usaha Pisang Cavendish Pada UD Istana Banana Di Desa Pilanggede Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro," *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 9(2), 2024: 141–149.

karena permintaan pasar global terhadap buah pisang yang terus meningkat. Namun fakta di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua proyek wakaf pertanian berhasil mencapai keberlanjutan ekonomi. Banyak di antaranya terkendala dalam perencanaan bisnis, manajemen risiko, serta kurangnya inovasi dalam model pengelolaan dan pemasaran hasil produksi.⁸

Wakaf produktif sudah seharusnya mandiri dan berkelanjutan, akan tetapi dengan realitas banyak pengelolaan yang masih tradisional dan minim strategi bisnis modern menyebabkan banyak aset wakaf produktif belum mampu menghasilkan pendapatan optimal untuk pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan umat.⁹ Oleh karena itu, sebuah pendekatan bisnis yang sistematis dan komprehensif diperlukan untuk menjawab tantangan tersebut. Dalam penelitian ini, pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) menjadi penting untuk diterapkan. BMC merupakan alat strategis yang membantu menggambarkan, merancang, dan mengevaluasi model bisnis secara menyeluruh melalui sembilan elemen utama, seperti *value proposition*, *customer segments*, *key resources*, dan *revenue streams*.¹⁰ Penggunaan BMC dalam pengelolaan wakaf produktif terbukti dapat meningkatkan profesionalisme nadzir, menciptakan perencanaan usaha yang lebih terperinci, serta memudahkan evaluasi keberlanjutan usaha. Dengan penerapan BMC, Roumah Wakaf dapat memetakan kekuatan dan kelemahan dalam pengelolaan wakaf produktif pisang Cavendish, sehingga mampu menciptakan model bisnis yang lebih efisien, berkelanjutan, dan sesuai prinsip syariah.

Urgensi penelitian ini terletak pada fenomena kesenjangan antara besarnya potensi wakaf produktif berbasis agribisnis dengan minimnya realisasi pengelolaan yang profesional dan berkelanjutan. Data menunjukkan bahwa masih banyak aset wakaf potensial yang belum dikembangkan secara produktif. Sementara di sisi lain, kebutuhan

⁸ Nur Haisyah, "Business and Risk Management Approaches in Managing Cash Waqf to Empower MSMEs in Indonesia," *ICO EDUSHA*, 5(1), 2024: 157–178.

⁹ Ghina Hani Imania Arofah and Eva Fauziyah, "Analisis Fikih Wakaf Dan UU Wakaf No. 41 Tahun 2004 Terhadap Pengelolaan Wakaf Produktif," *Jurnal Riset Hukum Keluarga Islam*, 41(2), 2022: 13–20.

¹⁰ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers* (New Jersey: John Wiley and Sons, 2010).

pendanaan untuk sektor pertanian dan ketahanan pangan nasional terus meningkat.¹¹ Wakaf produktif berbasis agribisnis seperti budi daya pisang Cavendish memiliki prospek menjanjikan karena permintaan pasar global yang terus meningkat, namun fakta di lapangan menunjukkan bahwa banyak proyek wakaf pertanian menghadapi kendala dalam perencanaan bisnis dan manajemen risiko. Studi terdahulu mengungkapkan bahwa pengelolaan wakaf produktif hingga saat ini masih banyak dilakukan dengan pola tradisional akibat keterbatasan profesionalisme nadzir dan minimnya inovasi dalam strategi bisnis.¹² Penelitian tentang wakaf produktif pisang Cavendish di Roumah Wakaf menjadi urgen untuk memastikan bahwa pengelolaan wakaf tidak hanya berorientasi pada aspek keagamaan semata, tetapi juga mampu menciptakan nilai ekonomi berkelanjutan yang berdampak nyata pada kesejahteraan masyarakat.

Gap penelitian yang diidentifikasi adalah masih terbatasnya kajian akademis yang secara spesifik menganalisis model bisnis wakaf produktif berbasis komoditas pisang Cavendish dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Penelitian sebelumnya di Roumah Wakaf lebih banyak berfokus pada pengaruh pengelolaan wakaf terhadap kesejahteraan masyarakat atau aspek manajemen pengelolaan secara umum¹³, namun belum ada yang secara komprehensif memetakan sembilan elemen BMC dalam konteks agribisnis pisang Cavendish. Sementara itu, penelitian serupa di lembaga wakaf lain menunjukkan bahwa penerapan BMC dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan unit usaha wakaf. Penelitian di IPB juga telah menggunakan pendekatan BMC untuk pengembangan wakaf peternakan domba, namun kajian serupa untuk komoditas pisang Cavendish di Roumah Wakaf belum pernah dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan kajian tentang pemodelan bisnis wakaf produktif berbasis agribisnis pisang Cavendish dengan pendekatan BMC.

¹¹ Roumah Wakaf, "Wakaf Produktif Pisang Cavendish untuk Ketahanan Pangan," accessed March 6, 2026, <https://www.roumahwakaf.or.id/programs/wakaf-produktif-pisang-cavendish-untuk-ketahanan-pangan->.

¹² Maziya Rahma Wahda and Ramadhita Ramadhita, "Pengelolaan Wakaf Produktif Dalam Mendukung Ketahanan Keluarga di Masa Kedaruratan," *Sakina: Journal of Family Studies*, 8(2), 2024: 164–77, doi:10.18860/jfs.v8i2.7022.

¹³ Silvia Bela Zunica and Elfira Maya Adiba, "Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif Perkebunan Pisang Cavendish Di Lembaga Roumah Wakaf Surabaya," *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 2024. doi:10.29040/jie.v8i1.11623.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memetakan model bisnis wakaf produktif pisang Cavendish pada Roumah Wakaf dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Melalui analisis sembilan elemen utama BMC, diharapkan dapat memberikan gambaran konkret tentang bagaimana sebuah lembaga wakaf dapat mengintegrasikan nilai-nilai filantropi dengan strategi bisnis modern. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi penguatan tata kelola wakaf produktif di Indonesia, khususnya dalam menghadirkan inovasi ekonomi berbasis kemandirian umat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal¹⁴, yang difokuskan pada Roumah Wakaf sebagai objek utama untuk menganalisis penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dalam pengelolaan wakaf produktif pisang Cavendish.¹⁵ Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang bersifat eksploratif dan deskriptif, yaitu memetakan elemen-elemen bisnis wakaf produktif secara mendalam tanpa melibatkan pengukuran kuantitatif yang ketat.¹⁶ Lokasi penelitian dilakukan di Roumah Wakaf, dengan subjek penelitian meliputi nadzir wakaf, pengelola operasional, petani mitra, dan *stakeholders* terkait seperti pemasok dan pembeli hasil panen. Proses penelitian mengikuti prinsip etika Islam dan regulasi wakaf nasional, memastikan kerahasiaan data dan kesesuaian dengan nilai syariah.¹⁷

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik triangulasi, yang mencakup wawancara mendalam semi-struktural, observasi partisipatif di lahan pertanian pisang Cavendish, serta analisis dokumen seperti laporan keuangan wakaf, kontrak mitra, dan data pemanfaatan aset dari Sistem Informasi Wakaf tahun 2025.¹⁸ Informan dalam penelitian ini

¹⁴ Norman K. Denzin and Yvonna S. Lincoln, *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (SAGE Publications, 2017).

¹⁵ Gandung Satriyono et al., "Business Development Strategy Through The Business Model Canvas Approach of Omah Kopi Mandiri Tulungagung," *At-Tadbir : jurnal ilmiah manajemen*, 8(2), 2024: 206-216. doi:10.31602/atd.v8i2.13923.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 2nd ed., 1 (Bandung: Alfabeta, 2019).

¹⁷ Anaseputri Jamira, Yulita Febriani, and Muhammad Amali, "Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan," in *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 2021, 205–214, <https://www.academia.edu/download/90458567/3207.pdf>.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

melibatkan divisi program, petani pisang. Analisis data menggunakan pendekatan konten analisis tematik berbasis BMC, di mana data dikategorikan ke dalam sembilan elemen BMC (seperti *value proposition*, *customer segments*, dan *revenue streams*) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.¹⁹ Validitas data dijamin melalui triangulasi sumber dan metode, sementara reliabilitas dicapai dengan protokol penelitian yang konsisten dan *review* oleh pakar wakaf produktif, sehingga hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi praktis untuk pengoptimalan model bisnis wakaf yang berkelanjutan.

Pembahasan

1. Wakaf Produktif

Menurut pandangan ulama kontemporer yaitu Munzir Qahaf dalam bukunya *al-Waqf al-Islami*, wakaf diartikan sebagai penahanan suatu harta baik untuk jangka waktu abadi maupun sementara yang dimanfaatkan secara langsung atau melalui hasilnya secara berulang dalam berbagai bentuk kebaikan, baik umum maupun khusus. Definisi ini dinilai paling menyeluruh karena menggabungkan aspek hukum, sosial, dan ekonomi dalam satu kerangka. Qahaf menekankan bahwa wakaf tidak hanya dimaknai sebagai ibadah sosial, tetapi juga merupakan instrumen ekonomi yang mampu menghasilkan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat.²⁰

Qahaf menjelaskan bahwa konsep wakaf mencakup beberapa unsur penting, antara lain menahan harta agar tidak dikonsumsi secara pribadi, memastikan bahwa harta tersebut memiliki nilai ekonomi dan manfaat sosial. Wakaf juga mencakup segala jenis harta, baik yang bersifat tetap (tidak bergerak) seperti tanah dan bangunan maupun yang bergerak seperti uang, kendaraan, dan manfaat ekonomi lainnya. Unsur penting selanjutnya yaitu wakaf harus dijaga keutuhan hartanya agar manfaatnya dapat terus dinikmati secara berulang dalam jangka waktu panjang. Wakaf dapat berbentuk langsung (dimanfaatkan

¹⁹ Anaseputri Jamira, Yulita Febriani, and Muhammad Amali, "Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan," in *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 2021, 205–214, <https://www.academia.edu/download/90458567/3207.pdf>.

²⁰ Mundzir Qahaf, *Manajemen Wakaf Produktif* (Jakarta: KHALIFA, 2008).

secara fisik) maupun produktif (menghasilkan keuntungan yang kemudian disalurkan sesuai tujuan wakaf).

Unsur penting dari konsep wakaf juga mencakup berbagai bentuk kebaikan, baik yang bersifat umum seperti bidang sosial dan keagamaan, maupun yang khusus seperti untuk keluarga dan keturunan wakif. Qahaf menegaskan bahwa wakaf hanya sah jika tujuan wakaf berasal dari kehendak wakif. Di samping itu, wakaf juga harus dikelola dengan pengelolaan yang profesional agar manfaatnya tetap berkelanjutan. Dengan demikian, pemikiran Munzir Qahaf mencerminkan pembaruan mengenai definisi wakaf di era modern yang tetap berpijak tidak hanya pada prinsip-prinsip syariah, tetapi juga bersifat inklusif terhadap berbagai mazhab fikih dan membuka ruang bagi pengembangan wakaf produktif sebagai sarana pemberdayaan ekonomi umat secara berkesinambungan.

Sedangkan kata produktif sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu *productive* yang berarti juga *result* (hasil), *profit* (keuntungan) atau *benefit* (manfaat).²¹ Istilah produktif dalam bahasa Indonesia mengandung makna sebagai suatu kemampuan untuk menghasilkan sesuatu dalam jumlah banyak atau secara optimal. Kata ini juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang memberikan hasil, manfaat, atau keuntungan. Dalam ranah linguistik, produktif merujuk pada kemampuan untuk menciptakan unsur-unsur baru secara berkelanjutan.²² Konteks wakaf produktif berarti harta wakaf yang menguntungkan atau menghasilkan terus menerus baik secara langsung maupun tidak langsung yang berarti manfaat yang bisa dirasakan sesudah harta wakaf diinvestasikan.²³ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wakaf produktif merupakan bentuk wakaf yang dikelola secara optimal dengan menjaga agar nilai pokok harta wakaf tetap terpelihara, namun mampu memberikan hasil atau keuntungan secara berkesinambungan. Artinya, aset wakaf tidak dibiarkan pasif, melainkan dimanfaatkan secara aktif sehingga dapat menghasilkan manfaat ekonomi yang terus mengalir.

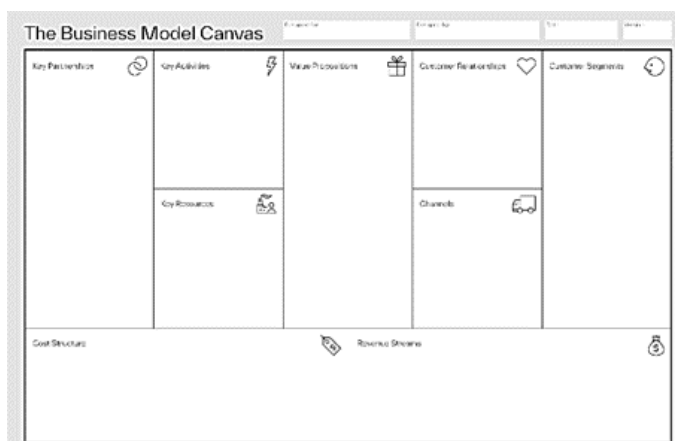
²¹ Ahmad Furqon, *Fikih Dan Manajemen Wakaf Produktif*, 113 vols. (Semarang: Southeast Asian Publishing, 2019), hlm 31.

²² KBBI, "Arti Kata Produktif - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online," accessed October 12, 2025, hlm 1, <https://kbbi.web.id/produktif>.

²³ Ahmad Furqon, *Fikih Dan Manajemen Wakaf Produktif*, 2019, hlm 55.

2. *Business Model Canvas* (BMC)

Business Model Canvas (BMC) merupakan sebuah kerangka strategis yang dirancang untuk membantu organisasi dalam merancang, mengembangkan, serta memahami model bisnis secara komprehensif.²⁴ Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder melalui karyanya *Business Model Generation*. BMC berfungsi sebagai alat visualisasi yang menggambarkan hubungan antar unsur penting dalam bisnis dalam satu lembar kanvas, sehingga memudahkan pengusaha atau lembaga dalam merumuskan strategi, mengidentifikasi peluang, serta mengantisipasi tantangan bisnis secara lebih sistematis dan efisien.²⁵



Gambar 1. *Business Model Canvas*

Sumber: strategyzer.com

Kerangka BMC terdiri atas sembilan komponen utama yang saling berkaitan dan mewakili berbagai aspek penting dalam operasional suatu entitas bisnis, yaitu:²⁶

1) *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

²⁴ Ruli Utami et al., *Buku Referensi Bisnis Model Canvas: Mendesain Rencana Bisnis yang Inovatif* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

²⁵ Anaseputri Jamira, Yulita Febriani, and Muhammad Amali, "Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan," in *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis, 2021*, 205–214, <https://www.academia.edu/download/90458567/3207.pdf>.

²⁶ Kartini Harahap et al., *Bisnis Model Canvas*, 1st ed., 1 vols. (Medan: Media Penerbit Indonesia, 2024).

Customer Segments merupakan salah satu elemen paling penting dalam *Business Model Canvas*, karena elemen ini yang menjadi titik awal dari seluruh rancangan model bisnis. Segmen pelanggan menggambarkan siapa yang akan dilayani oleh sebuah bisnis, siapa target pengguna produk atau jasa, dan siapa yang menjadi pusat perhatian dari seluruh aktivitas bisnis. Dalam buku BMC dijelaskan bahwa setiap bisnis idealnya memiliki kelompok pelanggan yang jelas, karena pelanggan adalah sumber pendapatan dan penentu apakah sebuah produk memiliki nilai atau tidak. Tanpa memahami siapa pelanggan yang dilayani, maka bisnis akan kesulitan menciptakan nilai (*value proposition*) yang tepat dan berpotensi gagal memenuhi kebutuhan pasar.

Segmen pelanggan ditentukan berdasarkan kesamaan karakteristik, kebutuhan, perilaku, atau manfaat yang dicari oleh kelompok tertentu. Setiap pelanggan tidak selalu memiliki karakteristik yang sama, sehingga bisnis harus melakukan pemilahan atau pengelompokan untuk bisa menawarkan produk atau layanan yang sesuai. Dengan menentukan segmen pelanggan, bisnis bisa merancang solusi yang lebih tepat sasaran, membangun hubungan pelanggan yang efektif, menentukan strategi pemasaran yang murah namun efisien, serta memilih saluran distribusi yang sesuai dengan karakter pelanggan tersebut.

Tidak semua bisnis harus melayani semua orang. Beberapa bisnis menargetkan pasar yang sangat luas (*mass market*), sementara yang lain menargetkan pasar kecil dan spesifik (*niche market*). Ada pula bisnis yang melayani beberapa segmen sekaligus dengan kebutuhan berbeda (*segmented market*). Beberapa model bisnis bahkan sekaligus melayani dua kelompok pelanggan yang saling bergantung, misalnya penjual dan pembeli di *marketplace* (*multi-sided market*). Pemilahan segmen pelanggan ini membantu perusahaan membangun strategi yang lebih tajam dan tidak boros.

Dalam menentukan segmen pelanggan, biasanya dilakukan observasi terhadap berbagai faktor seperti usia, pendapatan, lokasi, pendidikan, pekerjaan, gaya hidup, kebutuhan khusus, masalah yang dialami, serta manfaat yang diinginkan. Namun dalam BMC, penekanan utamanya bukan hanya pada karakter demografis, tetapi justru pada masalah (*pain*) yang dialami kelompok tersebut dan manfaat (*gain*) apa yang mereka cari.

Dengan memahami masalah yang benar, bisnis dapat menciptakan produk yang relevan dan bernilai.

Customer Segments juga menekankan bahwa bisnis tidak harus hanya punya satu jenis pelanggan. Bahkan pada beberapa model, pelanggan bisa dibedakan menjadi pelanggan utama (*primary customers*) dan pelanggan pendukung (*secondary customers*). Misalnya pada aplikasi donasi seperti Kitabisa, segmen pelanggan utamanya adalah donatur, namun mereka juga punya segmen lain yaitu *fundraiser* dan penerima manfaat. Semua segmen tersebut masuk dalam *Customer Segments* dalam BMC, karena mereka semua berinteraksi dengan model bisnis dan memengaruhi bagaimana nilai diciptakan serta disampaikan.

2) *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

Value Proposition merupakan alasan mengapa seorang pelanggan memilih suatu produk atau layanan dibandingkan milik pesaing. Nilai ini tidak selalu berupa hal yang besar atau mahal, tetapi bisa berasal dari solusi sederhana yang benar-benar membantu pelanggan menyelesaikan masalah atau memenuhi kebutuhan mereka. *Value Proposition* adalah janji manfaat yang diberikan bisnis kepada segmen pelanggannya. Manfaat ini dapat berupa peningkatan kenyamanan, penghematan waktu, harga lebih terjangkau, kualitas lebih baik, akses yang lebih mudah, pengalaman yang lebih menyenangkan, atau inovasi baru yang belum tersedia di pasar. Semua nilai ini disusun secara strategis agar sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik pelanggan yang telah ditentukan sebelumnya.

Value Proposition juga sangat berkaitan dengan permasalahan pelanggan. Bisnis yang baik itu tidak hanya menjual produk, tetapi menjual solusi. Untuk mengetahui solusi apa yang perlu dibuat, bisnis harus memahami *pain* atau masalah yang dialami pelanggan dan *gain* atau manfaat yang pelanggan ingin dapatkan. Jika nilai yang ditawarkan mampu mengatasi masalah mereka secara langsung, maka produk tersebut akan lebih mudah diterima. Pelanggan yang takut risiko tinggi akan tertarik pada bisnis yang memberikan jaminan atau kepastian. Semakin relevan nilai yang ditawarkan dengan masalah pelanggan, semakin kuat *Value Proposition* tersebut.

Semua blok lain dalam *Business Model Canvas* mulai dari saluran (*channels*), hubungan pelanggan, hingga struktur pendapatan dan biaya dibangun berdasarkan nilai apa yang ingin diberikan kepada pelanggan. Jika nilai yang ditawarkan tidak jelas atau tidak sesuai kebutuhan pelanggan, maka seluruh model bisnis tidak akan berjalan dengan baik. Bisnis yang mampu menyusun *Value Proposition* yang tepat sasaran akan memiliki peluang lebih besar untuk berhasil karena pelanggan merasa produk tersebut benar-benar berarti dan bermanfaat bagi mereka.

3) *Channels* (Saluran Distribusi)

Channels adalah jalur atau saluran yang digunakan perusahaan untuk menjangkau pelanggan dan menyampaikan nilai (*value proposition*) kepada pelanggan. Saluran ini bisa berupa saluran fisik seperti toko ritel, agen, kios maupun saluran digital seperti *website*, aplikasi, *marketplace*, media sosial, atau saluran distribusi lainnya. *Channels* penting karena menjembatani antara perusahaan dengan pelanggan, tanpa saluran yang tepat, pelanggan tidak akan pernah mengetahui, mengevaluasi, membayar, atau menerima produk/layanan yang ditawarkan. *Channels* juga mencakup seluruh tahapan interaksi, mulai dari membuat pelanggan sadar akan keberadaan produk (*awareness*), membantu mereka menilai apakah produk itu cocok (*evaluation*), menyediakan cara pembelian (*purchase*), menyampaikan produk/jasa tersebut (*delivery*), hingga memberikan layanan purna-jual atau dukungan (*after-sales*).

4) *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)

Customer Relationships menggambarkan cara perusahaan berinteraksi dan membangun hubungan dengan pelanggan dari segmen-segmen yang sudah ditentukan. *Customer Relationships* berbicara mengenai komunikasi dengan pelanggan, melayani mereka, mempertahankan kepercayaan dan loyalitas, serta memastikan mereka tetap merasa diperhatikan dari masa sebelum membeli, saat membeli, sampai purna jual. Tipe hubungan yang bisa dibangun beragam, tergantung kebutuhan pelanggan dan karakter bisnis. Tipe hubungannya dapat berupa *Personal Assistance* yang pelanggan dibantu langsung oleh perwakilan perusahaan saat membeli atau setelah membeli. Dengan memilih

bentuk *Customer Relationships* yang tepat sesuai segmen pelanggan, perusahaan bisa meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan nilai jangka panjang dari pelanggan.

5) *Revenue Streams* (Sumber Pendapatan)

Revenue Streams adalah cara bisnis menghasilkan uang, dari mana pemasukan berasal, dari pelanggan atau segmen pelanggan yang dilayani. *Revenue Streams* mewakili semua arus pemasukan (*cash inflow*) yang masuk ke perusahaan sebagai imbal balik atas produk atau layanan yang diberikan. *Revenue Streams* ada dua bentuk pembayaran yaitu pembayaran sekali (*one-time payment/transaction-based*) dan pembayaran berulang (*recurring payment*).

Pembayaran sekali terjadi misalnya ketika pelanggan membeli produk fisik atau menggunakan jasa satu kali seperti membeli barang di toko, membayar layanan satu kali, atau penjualan aset. Sedangkan pembayaran berulang bisa terjadi dalam bentuk langganan (*subscription*), biaya pemakaian jasa secara periodik, atau mekanisme pembayaran berkala lainnya yang memberikan aliran pendapatan stabil dari pelanggan dalam jangka panjang. Dengan memahami *Revenue Streams* sebuah bisnis dapat merancang strategi monetisasi yang cocok, menentukan harga yang sesuai, serta memastikan bahwa struktur pendapatan mendukung keberlanjutan usaha.

6) *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Key Resources merupakan berbagai jenis sumber daya, termasuk aset fisik seperti fasilitas produksi, peralatan, dan inventaris, sumber daya finansial seperti modal dan investasi, aset intelektual seperti merek dagang dan paten, serta sumber daya manusia seperti karyawan dan manajemen perusahaan. Memahami dengan baik sumber daya kunci merupakan langkah penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengelola aset-aset yang kritis bagi keberhasilan bisnis. Mengalokasikan sumber daya dengan efisien adalah hal yang krusial untuk mendukung strategi bisnis perusahaan. Ini berarti perusahaan harus memiliki visibilitas yang jelas terhadap sumber daya yang dimilikinya, serta kemampuan untuk mengoptimalkan penggunaannya sesuai dengan kebutuhan dan prioritas bisnis. Hal ini mencakup pengelolaan inventaris, alokasi anggaran, pengembangan aset intelektual, dan pengelolaan sumber daya manusia.

7) *Key Activities* (Kegiatan Utama)

Kegiatan kunci (*Key Activities*) dalam *Business Model Canvas* (BMC) mengacu pada serangkaian tindakan penting yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan nilai bagi pelanggan. Ini mencakup semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan mulai dari pengembangan produk atau layanan hingga pengiriman kepada pelanggan akhir. Memahami kegiatan kunci merupakan langkah penting bagi perusahaan untuk merancang proses operasional yang efisien dan efektif, yang pada gilirannya akan memengaruhi keberhasilan bisnis secara keseluruhan. Dalam konteks ini, kegiatan kunci tidak hanya mencakup tindakan yang langsung terkait dengan produksi atau penyediaan produk atau layanan, tetapi juga mencakup aktivitas pendukung yang mendukung operasi perusahaan secara keseluruhan.²⁷

8) *Key Partnerships* (Kemitraan Utama)

Key Partnerships mencakup jaringan mitra strategis seperti pemasok, distributor, lembaga pendukung, atau pihak ketiga yang berperan dalam memperkuat efektivitas dan efisiensi bisnis. Dalam kondisi bisnis yang semakin rumit dan saling terhubung di tingkat global, keberadaan mitra kunci menjadi penting karena mereka dapat membuka akses terhadap berbagai sumber daya, teknologi, maupun pasar yang tidak dapat dijangkau perusahaan jika bergerak sendiri. Mitra yang memiliki visi serta nilai yang sejalan dengan perusahaan dapat berkolaborasi secara harmonis untuk menghasilkan nilai tambah yang lebih besar bagi pelanggan.

9) *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Struktur biaya (*Cost Structure*) dalam *Business Model Canvas* (BMC) mengacu pada seluruh pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan aktivitas operasional perusahaan. Memahami struktur biaya secara mendalam sangatlah penting karena hal ini membantu proses perencanaan, pengelolaan anggaran, serta peningkatan keuntungan. Pengoptimalan struktur biaya merupakan langkah penting dalam meningkatkan

²⁷ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers* (New Jersey: John Wiley and Sons, 2010).

profitabilitas dan daya saing bisnis.²⁸ Dalam persaingan bisnis modern, kemampuan mengelola biaya secara efisien menjadi aspek yang menentukan keberlanjutan dan keberhasilan perusahaan. Struktur biaya terdiri dari berbagai elemen pengeluaran, mulai dari biaya produksi hingga biaya administrasi dan pemasaran.²⁹

Penerapan *Business Model Canvas* memiliki peran penting karena membantu lembaga atau organisasi dalam merancang dan memperbaiki model bisnis secara terstruktur. Visualisasi dalam bentuk kanvas mempermudah proses komunikasi dan kolaborasi antar tim, sehingga setiap pihak dapat memahami keseluruhan sistem bisnis dengan lebih jelas. Dengan demikian, penerapan BMC memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi area yang perlu diperkuat, mengoptimalkan strategi, serta memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha atau program dalam jangka panjang

3. Profil Program

Program Wakaf Produktif Pisang Cavendish merupakan salah satu inisiatif unggulan dari Roumah Wakaf, sebuah lembaga wakaf yang berpusat di Surabaya dan memiliki komitmen untuk mengembangkan potensi wakaf dalam sektor ekonomi umat. Melalui program ini, Roumah Wakaf berupaya mengubah aset wakaf menjadi sumber daya produktif yang mampu memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat, khususnya dalam bidang pertanian. Pisang Cavendish dipilih karena memiliki nilai ekonomi tinggi, permintaan pasar yang stabil, serta peluang besar untuk pengembangan ekspor. Pelaksanaan program ini melibatkan kolaborasi antara Roumah Wakaf, para petani lokal, dan mitra strategis di bidang agribisnis.³⁰

Program wakaf pisang cavendish di Roumah Wakaf berasal dari wakif yang mewakafkan uang yang bersifat berjangka untuk dikelola oleh nadhir melalui program ini. Selanjutnya nadzir membeli bibit pisang Cavendish untuk dijual ke mitra-mitra Roumah

²⁸ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers* (New Jersey: John Wiley and Sons, 2010).

²⁹ Kartini Harahap et al., *Bisnis Model Canvas*, 1st ed., 1 vols. (Medan: Media Penerbit Indonesia, 2024).

³⁰ Roumah Wakaf, accessed September 6, 2025, <https://roumahwakaf.com/>.

Wakaf yang tersebar di Jawa Timur. Saat ini, mitra Roumah wakaf yang tersebar sebanyak 18 mitra.

Tabel 1. Sebaran Mitra Roumah Wakaf

No	Lokasi Mitra	Jumlah Batang
1	Bangkalan	1,000
2	Lamongan 1	2,500
3	Mojokerto	1,250
4	Madiun 1	125
5	Kediri	300
6	Ngawi	300
7	Bojonegoro 1	300
8	Bojonegoro 3	100
9	Bojonegoro 4	1,000
10	Wonosalam 1	2,000
11	Wonosalam 2	2,000
12	Probolinggo 2	500
13	Probolinggo 3	50
14	Probolinggo 4	700
15	Wonosalam 3	1,500
16	Probolinggo 5	250
17	Bondowoso	500
18	Kertosono	300

Bibit itu kemudian ditanam dan dikelola oleh petani mitra roumah wakaf hingga masak. Ketika panen pisang tersebut dipasarkan oleh nadzir Roumah Wakaf ke supermarket-supermarket yang ada di Surabaya. Margin yang diperoleh tidak hanya digunakan untuk menutupi biaya operasional, tetapi juga disalurkan kembali dalam bentuk program sosial seperti program binaan kampung pemulung dan biaya operasional

pesantren.³¹ Dengan demikian, pengelolaan hasil panen melalui sistem wakaf produktif ini mencerminkan sinergi antara aspek ekonomi dan sosial dalam kerangka pemberdayaan masyarakat. Roumah Wakaf berhasil membuktikan bahwa aset wakaf dapat dikelola secara profesional untuk menghasilkan nilai tambah yang berkelanjutan serta memperkuat peran wakaf sebagai instrumen pembangunan umat.

4. *Business Model Canvas* Wakaf Produktif Pisang Cavendish Roumah Wakaf

Model bisnis yang diterapkan oleh Roumah Wakaf dalam program Wakaf Produktif Pisang Cavendish merupakan bentuk inovasi pengelolaan wakaf dengan konsep kewirausahaan sosial modern. Untuk memahami struktur dan mekanisme pengelolaan program tersebut secara komprehensif, pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) digunakan sebagai alat analisis. BMC membantu memetakan sembilan komponen utama yang saling berkaitan, mulai dari segmen pelanggan, proposisi nilai, hingga struktur biaya dan sumber pendapatan.

Analisis model bisnis Wakaf Produktif Pisang Cavendish oleh Roumah Wakaf dapat dijelaskan melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) yang memetakan sembilan komponen utama dalam pengelolaan usaha sebagai berikut.

1) *Key Partnerships* (Mitra Utama)

Dalam menjalankan program wakaf produktif pisang Cavendish, Roumah Wakaf menjalin kerja sama dengan berbagai pihak strategis sebagai mitra utama. Hal tersebut disampaikan oleh AD:

“Setelah itu ya didistribusikan ke Sakinah atau supermarket ataupun pasar hidup di Surabaya. Misalnya ada guru yang mau jualan ya kami stok di situ. Ada di Gunung Anyar, di Wonokromo ada guru yang ingin usaha jualan”³²

³¹ Adib Nursyahid, *Tantangan Program Pisang Cavendish Roumah Wakaf*, diwawancarai oleh Nurul Fajreini di Surabaya, 25 Agustus 2025.

³² Adib Nursyahid, *Program Wakaf Produktif Roumah Wakaf*, diwawancarai oleh Nurul Fajreini di Surabaya, 25 Agustus 2025.

Mitra petani berperan dalam proses budidaya mulai dari pembibitan hingga panen. Supermarket, minimarket, dan pasar tradisional menjadi mitra distribusi utama untuk penyaluran hasil panen kepada konsumen. Lembaga keuangan syariah juga dilibatkan sebagai mitra pendukung dalam pengelolaan dan penyaluran dana wakaf tunai secara amanah dan transparan. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung antara lembaga wakaf, sektor riil, dan lembaga keuangan, sehingga program dapat berjalan secara profesional dan berkelanjutan.

Pola kemitraan yang dikembangkan Roumah Wakaf ini sejalan dengan temuan penelitian Zunica dan Adiba yang menganalisis manajemen pengelolaan wakaf produktif perkebunan pisang Cavendish di lembaga yang sama. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Roumah Wakaf telah berhasil mengintegrasikan prinsip-prinsip bisnis dan keberlanjutan dalam pengembangan perkebunan pisang Cavendish, yang berdampak positif pada peningkatan potensi ekonomi di wilayah sekitar. Keberhasilan ini tidak terlepas dari peran nadzir dalam membangun sinergi dengan berbagai pemangku kepentingan.³³

Penelitian Eko Hardiyanto dkk. turut memperkuat temuan ini dengan menyimpulkan bahwa program wakaf produktif bibit pisang Cavendish di Desa Kuniran Kecamatan Purwosari Kabupaten Bojonegoro dalam meningkatkan kesejahteraan petani, diukur berdasarkan delapan indikator kesejahteraan yang telah terpenuhi oleh para petani mitra. Efektivitas program ini menurut Eko Hardiyanto dkk. tidak terlepas dari peran Perangkat Desa dalam membangun ekosistem yang mendukung, mulai dari penyediaan bibit, pendampingan budidaya, hingga akses pemasaran hasil panen.³⁴

Kerja sama dengan lembaga keuangan syariah yang dilakukan Roumah Wakaf juga mendapatkan penguatan dari penelitian Sukmana dkk. yang merancang model pembiayaan berbasis wakaf untuk sektor agribisnis. Dalam model yang diusulkan, baitul maal wat tamwil (BMT) atau lembaga keuangan syariah dapat berperan sebagai nadzir

³³ Silvia Bela Zunica and Elfira Maya Adiba, "Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif Perkebunan Pisang Cavendish Di Lembaga Roumah Wakaf Surabaya," *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 2024. doi:10.29040/jie.v8i1.11623.

³⁴ Eko Hardiyanto, Surjono Surjono, and Gunawan Prayitno, "Analisis Kelayakan Usaha Tani Komoditi Pisang Cavendish Di Desa Kuniran Kecamatan Purwosari Kabupaten Bojonegoro," *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 8(3), 2024: 1157–1169. doi:10.21776/ub.jepa.2024.008.03.28.

wakaf uang yang bekerja sama dengan nadzir wakaf tanah untuk membentuk koperasi petani sebagai kendaraan dalam menjalankan proses produksi. Kolaborasi ini dilaksanakan dengan skema akad mudharabah, musyarakah, atau ijarah yang diawasi bersama oleh kedua nadzir.³⁵

Penelitian Muhammad Musrifin dkk. yang memberikan perspektif penting tentang penggunaan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dalam pengembangan wakaf produktif sektor agribisnis. Studi kasus di Mitra Tani Farm menunjukkan bahwa pengembangan program wakaf peternakan domba dapat dilakukan melalui pendekatan BMC yang mencakup komponen tanah, ternak, dan biaya operasional secara bersamaan. Pendekatan serupa relevan untuk diterapkan dalam konteks wakaf produktif pisang Cavendish di Roumah Wakaf guna memastikan keberlanjutan program.

2) *Key Activities* (Aktivitas Utama)

Aktivitas utama dalam program ini mencakup seluruh rantai nilai produksi pertanian pisang Cavendish.

“Kami yang sebelum menanam pisang itu membangun pasar dulu, termasuk pengelolaan di Repening Itu proses penguningan”.³⁶

Kegiatan dimulai dari pembibitan, perawatan tanaman, hingga proses panen dan pasca panen. Roumah Wakaf juga menyelenggarakan pelatihan bagi petani untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam praktik pertanian modern. Hasil panen kemudian dikemas dan didistribusikan ke pasar modern seperti supermarket dan minimarket. Lembaga Roumah Wakaf juga aktif melakukan promosi dan kampanye wakaf produktif guna meningkatkan partisipasi wakif. Setiap periode, Roumah Wakaf menerbitkan laporan hasil dan dampak sosial sebagai bentuk transparansi kepada para donatur dan pemangku kepentingan.

³⁵ Sukman Sukman, “Potensi Dan Strategi Pengembangan Wakaf Uang Di Indonesia,” *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 5(1), 2025: 72–80.

³⁶ Adib Nursyahid, *Program Wakaf Produktif Roumah Wakaf*, diwawancarai oleh Nurul Fajreini di Surabaya, 25 Agustus 2025.

Praktik membangun pasar sebelum produksi yang dilakukan Roumah Wakaf sejalan dengan temuan Zunica dan Adiba bahwa manajemen pengelolaan wakaf produktif perkebunan pisang Cavendish di lembaga ini telah berhasil mengintegrasikan prinsip-prinsip bisnis dan keberlanjutan.³⁷ Aktivitas pelatihan bagi petani yang diselenggarakan Roumah Wakaf memperkuat hasil penelitian Trisnawati yang merekomendasikan agar lembaga terus mengoptimalkan program pengelolaan bibit pisang Cavendish untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Upaya promosi dan kampanye wakaf produktif yang dilakukan Roumah Wakaf juga relevan dengan strategi pemasaran yang diterapkan Yayasan Hutan Wakaf Bogor, di mana penguatan *brand image* dan komunikasi dengan konsumen menjadi faktor penting dalam meningkatkan penghimpunan dana wakaf.³⁸ Penerbitan laporan berkala sebagai bentuk transparansi yang dilakukan Roumah Wakaf mendukung bahwa implementasi standar pelaporan keuangan yang akuntabel berperan signifikan dalam meningkatkan kepercayaan publik dan pengembangan wakaf produktif.

3) *Value Proposition* (Proposisi Nilai)

Program Wakaf Produktif Pisang Cavendish menawarkan proposisi nilai yang unik karena menggabungkan antara manfaat ekonomi dan sosial.

“Hasil dari program ini kan untuk kesejahteraan sosial juga. Untuk petani yang tadinya prasejahtera menjadi sejahtera. Sebelumnya petaninya bingung mau dijual kemana, setelah ada program ini petani jadi tidak khawatir lagi untuk memasarkannya. Keunggulannya sendiri itu ya pisang kafendis ini warnanya dan tampilannya bagus”.

Produk yang dihasilkan berupa pisang Cavendish organik dan berkualitas tinggi yang berasal dari lahan wakaf produktif. Selain memberikan keuntungan ekonomi, program ini juga berperan dalam memberdayakan petani lokal serta menyalurkan sebagian hasil usaha untuk kegiatan sosial. Keunggulan lain terletak pada sistem keuangan yang transparan dan berbasis prinsip syariah, disertai laporan wakaf yang rutin dipublikasikan.

³⁷ Silvia Bela Zunica and Elfira Maya Adiba, “Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif Perkebunan Pisang Cavendish Di Lembaga Roumah Wakaf Surabaya,” *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 2024. doi:10.29040/jie.v8i1.11623.

³⁸ Intan Trisnawati, “Pengelolaan Wakaf Perkebunan Pisang Cavendish Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dengan Perkembangan Usaha Mikro Sebagai Variabel Intervening Di Roumah Wakaf Surabaya” (undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2025), <http://digilib.uinsa.ac.id/80093/>.

Proposisi nilai yang ditawarkan Roumah Wakaf sejalan dengan temuan Trisnawati bahwa pengelolaan wakaf perkebunan pisang Cavendish berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, dengan perkembangan usaha mikro sebagai variabel yang memediasi hubungan tersebut.³⁹ Penelitian Izzati juga mengkonfirmasi bahwa program wakaf produktif bibit pisang Cavendish di Roumah Wakaf efektif dalam meningkatkan kesejahteraan petani, diukur berdasarkan delapan indikator kesejahteraan yang telah terpenuhi oleh para petani mitra.⁴⁰ Lebih lanjut, Zunica dan Adiba menemukan bahwa manajemen pengelolaan wakaf produktif di lembaga ini telah berhasil mengintegrasikan prinsip-prinsip bisnis dan keberlanjutan, yang berdampak positif pada peningkatan potensi ekonomi di wilayah sekitar.⁴¹

4) *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)

Hubungan dengan pelanggan dijaga melalui pendekatan edukatif dan partisipatif.

“Wali murid yang kami datangi kemudian diedukasi. Dengan kita melakukan silaturahmi wawancara ke para wakif itu akan menjaga hubungan kita dengan para wakif”.

Roumah Wakaf secara aktif melakukan edukasi publik melalui konten digital seperti video edukatif, dokumentasi panen, dan laporan kegiatan sosial yang diunggah di media sosial. Roumah Wakaf juga mengembangkan program loyalitas bagi donatur dan pembeli yang secara rutin berkontribusi pada kegiatan wakaf produktif. Dalam aspek pelayanan, Roumah Wakaf menekankan komunikasi yang cepat tanggap, profesional, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan, baik dari sisi donatur maupun konsumen produk.

Praktik edukasi publik melalui kunjungan langsung dan pendekatan personal yang dilakukan Roumah Wakaf sejalan dengan temuan Al Fatin bahwa optimalisasi platform digital seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp terbukti efektif dalam meningkatkan

³⁹ Intan Trisnawati, “Pengelolaan Wakaf Perkebunan Pisang Cavendish Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dengan Perkembangan Usaha Mikro Sebagai Variabel Intervening Di Roumah Wakaf Surabaya” (undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2025), <http://digilib.uinsa.ac.id/80093/>.

⁴⁰ Nur Izzati, “Analisis Efektivitas Program Wakaf Produktif Bibit Pisang Cavendish Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Di Roumah Wakaf Surabaya” (undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2024), <http://digilib.uinsa.ac.id/73118/>.

⁴¹ Silvia Bela Zunica and Elfira Maya Adiba, “Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif Perkebunan Pisang Cavendish Di Lembaga Roumah Wakaf Surabaya,” *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 2024. doi:10.29040/jie.v8i1.11623.

visibilitas, partisipasi, dan loyalitas donatur pada lembaga filantropi Islam.⁴² Penguatan hubungan melalui silaturahmi dan komunikasi rutin yang dilakukan Roumah Wakaf juga diperkuat oleh strategi yang diterapkan Rumah Wakaf secara kelembagaan, di mana komunikasi berkala melalui laporan perkembangan, media sosial, dan *newsletter* menjadi kunci menjaga kepercayaan dan komitmen wakif. Lebih lanjut, penelitian Al Anshari menegaskan bahwa aspek kepercayaan publik menempati prioritas tertinggi kedua dalam strategi konten media sosial wakaf, dengan elemen transparansi dana, dukungan tokoh agama, serta narasi edukatif dan inspiratif sebagai faktor paling berpengaruh dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.⁴³

5) *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Segmen pelanggan utama dalam program ini mencakup supermarket, minimarket, pasar tradisional, dan pengecer buah yang menjadi saluran utama pemasaran produk pisang Cavendish.

“Didistribusikan ke Sakinah atau supermarket ataupun pasar hidup di Surabaya”.

Dan segmen khusus berupa wakif atau donatur yang berpartisipasi dalam pembiayaan wakaf produktif. Dengan dua segmen tersebut, Roumah Wakaf berhasil menjangkau dua sisi ekosistem ekonomi sekaligus sektor komersial sebagai sumber pendapatan dan sektor sosial sebagai penerima manfaat.

Segmentasi ganda yang diterapkan Roumah Wakaf ini menunjukkan pemahaman mendalam tentang ekosistem wakaf produktif, di mana keberlanjutan program sangat bergantung pada keseimbangan antara sisi hulu (wakif) dan hilir (konsumen produk). Pendekatan ini sejalan dengan temuan Ramin bahwa strategi segmentasi pasar dalam pengelolaan wakaf produktif perlu membedakan antara segmen komersial yang menjadi sumber pendapatan dan segmen sosial yang menjadi sasaran pemberdayaan. Penelitian Zunica dan Adiba juga mengkonfirmasi bahwa keberhasilan pengelolaan wakaf produktif

⁴² Filan Zuhdi Al Fatin, *“Implementasi Strategi Digital Marketing Pada Program Fundraising Ziswaf Di Yayasan Al-Qalam Kota Cirebon”* (diploma, S1 - Ekonomi Syariah, 2025), <http://web.syekhnujrjati.ac.id>.

⁴³ S. T. Quraish Al Anshari, *“Pengembangan Strategi Konten Sosial Media Wakaf Uang Berbasis Preferensi Pakar Dengan Metode ANP”* (masters, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2026), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/75662/>.

pisang Cavendish di Roumah Wakaf tidak terlepas dari kemampuannya menjalin kemitraan dengan berbagai mitra distribusi seperti supermarket dan pasar tradisional, sekaligus mempertahankan kepercayaan wakif melalui transparansi pengelolaan dana.⁴⁴ Lebih lanjut, studi Trisnawati menegaskan bahwa pola kemitraan dengan dua segmen ini berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan petani mitra, yang sebelumnya kesulitan mengakses pasar, kini memiliki kepastian pemasaran hasil panen.⁴⁵

6) *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Sumber daya utama yang menopang keberhasilan program meliputi lahan kebun mitra yang digunakan untuk penanaman pisang Cavendish dan bibit unggul yang memiliki produktivitas tinggi.

“Dan yang kita tawarkan bibit ya, bibit pisang cavendish. Lahannya selama ini milik petani karena kami memang konsentrasi di wakaf bibit pisang. Modalnya dari wakaf melalui uang”.

Sumber daya manusia yang terdiri dari petani binaan berperan penting dalam operasional lapangan. Dari sisi finansial, modal diperoleh melalui wakaf tunai yang dihimpun dari masyarakat. Sedangkan lahan kebunnya merupakan milik petani mitra. Kombinasi sumber daya fisik, manusia, dan finansial tersebut menjadi pondasi utama keberlanjutan program wakaf produktif.

Model kolaboratif yang diterapkan Roumah Wakaf, di mana lahan milik petani dikombinasikan dengan bibit unggul dan modal wakaf tunai dari masyarakat merupakan inovasi dalam pengelolaan wakaf produktif. Temuan Izzati mengkonfirmasi bahwa program wakaf produktif bibit pisang Cavendish di Roumah Wakaf efektif meningkatkan kesejahteraan petani karena petani tidak perlu mengeluarkan modal untuk bibit, sementara

⁴⁴ Silvia Bela Zunica and Elfira Maya Adiba, “Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif Perkebunan Pisang Cavendish Di Lembaga Roumah Wakaf Surabaya,” *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 2024. doi:10.29040/jie.v8i1.11623.

⁴⁵ Intan Trisnawati, “Pengelolaan Wakaf Perkebunan Pisang Cavendish Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dengan Perkembangan Usaha Mikro Sebagai Variabel Intervening Di Roumah Wakaf Surabaya” (undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2025), <http://digilib.uinsa.ac.id/80093/>.

lahan mereka tetap produktif dan hasil panen terjamin pemasarannya.⁴⁶ Penelitian Zunica dan Adiba juga menegaskan bahwa integrasi sumber daya melalui kemitraan antara nadzir, petani, dan donatur menjadi kunci keberhasilan pengelolaan wakaf produktif di lembaga ini.⁴⁷

7) *Channels* (Saluran Distribusi)

Saluran distribusi utama untuk produk pisang Cavendish hasil wakaf produktif meliputi supermarket, pasar tradisional, dan toko buah lokal.

“Didistribusikan ke Sakinah atau Supermarket ataupun pasar hidup di Surabaya”.

Strategi distribusi ini bertujuan agar produk mudah dijangkau konsumen dengan harga kompetitif, sekaligus memperluas jaringan pemasaran di tingkat daerah dan nasional. Selain distribusi fisik, promosi digital juga menjadi bagian dari saluran komunikasi untuk memperkuat kesadaran konsep wakaf produktif itu sendiri.

Kemitraan distribusi yang dibangun Roumah Wakaf dengan supermarket dan pasar tradisional merupakan praktik yang semakin umum dalam pengembangan wakaf produktif berbasis pertanian. Panen raya wakaf produktif pisang Cavendish di Tuban menunjukkan bahwa hasil panen langsung terserap pasar, dengan kebutuhan mencapai 10-30 ton per pekan meskipun pasokan masih terbatas.⁴⁸ Kolaborasi serupa juga dilakukan Baitul Wakaf di Klaten yang mendistribusikan hasil panen ke rumah sakit dan mitra institusional lainnya.⁴⁹ Model distribusi terintegrasi seperti ini sejalan dengan strategi pengembangan wakaf produktif yang membangun rantai pasok dari hulu hingga hilir,

⁴⁶ Nur Izzati, “Analisis Efektivitas Program Wakaf Produktif Bibit Pisang Cavendish Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Di Roumah Wakaf Surabaya” (undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2024), <http://digilib.uinsa.ac.id/73118/>.

⁴⁷ Silvia Bela Zunica and Elfira Maya Adiba, “Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif Perkebunan Pisang Cavendish Di Lembaga Roumah Wakaf Surabaya,” *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 2024. doi:10.29040/jie.v8i1.11623.

⁴⁸ Warta Ekonomi, “Dukungan Kelembagaan Jadi Kunci Keberhasilan Pengembangan Wakaf di Sektor Pertanian,” *Warta Ekonomi*, accessed March 7, 2026, <https://wartaekonomi.co.id/read589484/dukungan-kelembagaan-jadi-kunci-keberhasilan-pengembangan-wakaf-di-sektor-pertanian>.

⁴⁹ Hidayatullah, “Panen Perdana Kebun Pisang Cavendish, Wakaf Produktif Kolaborasi Baitul Wakaf,” *Hidayatullah*, March 3, 2025, <https://hidayatullah.or.id/panen-perdana-kebun-pisang-cavendish-wakaf-produktif-kolaborasi-baitul-wakaf/>.

termasuk kemitraan dengan ritel modern dan pelaku UMKM. Selain saluran fisik, pemanfaatan platform digital untuk promosi wakaf produktif juga menjadi kunci, di mana optimalisasi media sosial dan konten digital terbukti efektif meningkatkan visibilitas dan partisipasi masyarakat dalam program wakaf.⁵⁰

8) *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Struktur biaya dalam program ini meliputi beberapa komponen utama, antara lain pengadaan bibit dan pupuk, pembayaran gaji petani dan staf pengelola, serta biaya untuk sertifikasi, kemasan, dan distribusi produk.

“Nadzir hanya bisa kurang lebih 10% untuk Nadzir Operasional dari hasil wakaf”. Kami Fokusnya di bibitnya saja sama penjualan. Untuk memupuki kemudian pekerja semuanya dari petani”.

Biaya promosi dan publikasi laporan wakaf sebagai bentuk transparansi, serta biaya pelatihan dan pemberdayaan petani yang menjadi bagian dari tanggung jawab sosial lembaga. Pengelolaan biaya dilakukan secara efisien dengan tetap menjaga prinsip syariah dan akuntabilitas publik.

Struktur biaya yang diterapkan Roumah Wakaf, dengan alokasi maksimal 10 persen untuk nadzir operasional, menunjukkan komitmen terhadap efisiensi dan amanah dalam pengelolaan dana wakaf. Praktik ini sejalan dengan prinsip akuntabilitas keuangan yang direkomendasikan Mukti dkk. bahwa implementasi standar pelaporan keuangan yang akuntabel berperan signifikan dalam meningkatkan kepercayaan publik dan pengembangan wakaf produktif. Model pembiayaan partisipatif di mana petani menanggung biaya pemupukan dan tenaga kerja sementara lembaga fokus pada penyediaan bibit dan pemasaran merupakan bentuk kemitraan yang saling menguntungkan.⁵¹ Penelitian Rifaldi Majid menegaskan bahwa sinergi antara wakif, nadzir, dan petani dalam berbagi peran dan biaya dapat menciptakan ekosistem wakaf produktif yang berkelanjutan sekaligus

⁵⁰ Filan Zuhdi Al Fatin, *“Implementasi Strategi Digital Marketing Pada Program Fundraising Ziswaf Di Yayasan Al-Qalam Kota Cirebon”* (diploma, S1 - Ekonomi Syariah, 2025), <http://web.syekhnujrjati.ac.id>.

⁵¹ Mhd. Farhan Mukti, Yenni Samri Juliati Nasution, and Tuti Anggraini, *“Implementation of PSAK 112 Improves Productive Waqf Management,”* *Academia Open*, 10(2), 2025. doi:10.21070/acopen.10.2025.11601.

memberdayakan petani kecil. Efisiensi biaya operasional juga menjadi faktor kunci dalam pengelolaan wakaf berbasis pertanian, di mana pengeluaran utama umumnya dialokasikan untuk pengadaan bibit unggul, perawatan tanaman, biaya distribusi, dan administrasi pengelolaan.⁵²

9) *Revenue Streams* (Sumber Pendapatan)

Sumber pendapatan Roumah Wakaf dalam program ini berasal dari dua jalur utama.

“Untuk yang selama ini kami tawarkan itu wakaf melalui uang. Cuma modelnya pola wakaf berjangka. Dan yang kita tawarkan bibit ya, bibit pisang cavendish. Nah per bibit-bibitnya 20-30 ribu. Per boxnya itu kisaran harga 130 sampai 150... Per kilonya biasanya 15 ribu”.

Pertama, melalui donasi dan investasi wakaf produktif berupa wakaf tunai yang digunakan untuk pembiayaan operasional dan ekspansi lahan. Kedua, melalui penjualan produk berupa bibit unggul dan hasil panen pisang Cavendish kepada mitra distribusi. Pendapatan yang diperoleh tidak hanya digunakan untuk pengembangan usaha, tetapi juga untuk mendanai program sosial, pendidikan, dan pemberdayaan masyarakat, sehingga tercipta keseimbangan antara manfaat ekonomi dan spiritual.

Model pendapatan ganda yang diterapkan Roumah Wakaf mencerminkan praktik terbaik dalam pengelolaan wakaf produktif kontemporer. Penelitian Zunica dan Adiba mengkonfirmasi bahwa integrasi antara penghimpunan wakaf tunai dan penjualan hasil produksi menjadi fondasi keberlanjutan program wakaf produktif pisang Cavendish di lembaga ini.⁵³ Inovasi wakaf berjangka yang ditawarkan Roumah Wakaf juga sejalan dengan temuan Thaker yang merancang konsep integrated cash waqf model untuk sektor pertanian, di mana wakaf tunai dikelola secara profesional untuk membiayai rantai nilai pertanian, dan keuntungannya dialokasikan untuk kesejahteraan petani serta program sosial.

⁵² Rifaldi Majid and Raditya Sukmana, “Designing a Waqf-Based Agricultural Financing Model,” *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(3), 2023: 443–64, doi:10.21098/jimf.v9i3.1686.

⁵³ Silvia Bela Zunica and Elfira Maya Adiba, “Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif Perkebunan Pisang Cavendish Di Lembaga Roumah Wakaf Surabaya,” *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 2024. doi:10.29040/jie.v8i1.11623.

Model pendapatan dari penjualan bibit unggul dan hasil panen dengan kisaran harga Rp. 15.000 per kilogram dan Rp. 130.000–150.000 per box menunjukkan bahwa wakaf produktif mampu bersaing di pasar komersial, sebagaimana ditemukan juga dalam pengelolaan wakaf pisang Cavendish di berbagai daerah yang berhasil menciptakan nilai ekonomi sekaligus manfaat sosial.⁵⁴ Berikut tabel BMC program Wakaf Produktif Pisang Cavendish Roumah Wakaf.

Tabel 2. *Bussines Model Canvas* Wakaf Produktif Pisang Cavendish

Key Partnerships (Mitra Utama) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitra Petani Supermarket ▪ Mini Market ▪ Pasar Tradisional Lembaga keuangan syariah 	Key Activities (Aktivitas Utama) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pembibitan, perawatan, dan panen pisang ▪ Pelatihan petani ▪ Pengemasan dan distribusi ke pasar modern ▪ Promosi & kampanye wakaf produktif ▪ Laporan hasil dan dampak sosial untuk wakif 	Value Proposition (Proposisi Nilai) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisang Cavendish organik dan berkualitas hasil wakaf produktif ▪ Memberdayakan petani lokal ▪ Keuntungan usaha disalurkan kembali untuk program sosial ▪ Transparansi keuangan berbasis sistem syariah dan laporan wakaf ▪ Menjadi model agribisnis wakaf modern yang berkelanjutan 	Customer Relationships (Hubungan Pelanggan) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Edukasi publik melalui konten digital (video edukatif, update panen, kegiatan sosial) ▪ Program loyalitas donatur dan pembeli ▪ Layanan pelanggan cepat tanggap dan profesional 	Customer Segments (Segmen Pelanggan) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Supermarket dan minimarket (Sakina Mart dll) ▪ Pasar Tradisional & pengecer buah
	Key Resources (Sumber Daya Utama)		Channels (Saluran Distribusi) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Supermarket ▪ Pasar Tradisional ▪ Toko buah lokal 	

⁵⁴ Mohamed Asmy Bin Mohd Thas Thaker, "A Qualitative Inquiry into Cash Waqf Model as a Source of Financing for Micro Enterprises," *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 10(1), 2018: 19–35. doi:10.1108/IJIF-07-2017-0013.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lahan Kebun Mitra ▪ Alat Pertanian Mitra ▪ Bibit pisang Cavendish unggul ▪ SDM petani binaan ▪ Modal wakaf tunai 			
<p>Cost Structure (Struktur Biaya)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengadaan bibit dan pupuk ▪ Gaji petani dan staf pengelola ▪ Biaya sertifikasi, kemasan, dan distribusi ▪ Biaya Promosi ▪ Pembuatan laporan wakaf ▪ Biaya pelatihan dan pemberdayaan petani 		<p>Revenue Streams (Sumber Pendapatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Donasi dan investasi wakaf produktif (wakaf tunai & wakaf pertanian) ▪ Penjualan bibit pisang Cavendish unggul 		

Secara keseluruhan program Wakaf Produktif Pisang Cavendish Roumah Wakaf menjadi contoh nyata bagaimana pengelolaan wakaf bisa berjalan dengan cara yang modern dan bermanfaat luas. Melalui model bisnis yang terencana, Roumah Wakaf berhasil menggabungkan nilai-nilai sosial dan keagamaan dengan prinsip kewirausahaan yang berkelanjutan. Setiap unsur dalam pengelolaannya saling mendukung mulai dari kerja sama dengan para mitra, pengelolaan lahan secara profesional, hingga penyaluran hasil panen untuk program sosial dan pemberdayaan masyarakat. Inisiatif ini menunjukkan bahwa wakaf bukan hanya tentang memberi, tetapi juga tentang membangun kemandirian dan harapan bagi banyak orang.

Kesimpulan

Program Wakaf Produktif Pisang Cavendish Roumah Wakaf merupakan inovasi yang berhasil memadukan nilai-nilai filantropi Islam dengan konsep kewirausahaan modern. Melalui pendekatan ini, Roumah Wakaf tidak hanya mengembangkan aset wakaf dalam bentuk lahan pertanian, tetapi juga menghadirkan manfaat ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat. Model ini memperlihatkan bahwa wakaf dapat menjadi

instrumen pembangunan sosial yang produktif, bukan sekadar simbol amal, melainkan sumber pemberdayaan yang nyata. Berdasarkan analisis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), Roumah Wakaf mampu membangun sistem pengelolaan yang terintegrasi antara nilai spiritual dan profesionalisme manajerial.

Setiap blok dalam BMC menunjukkan peran penting dalam menjaga kesinambungan program, mulai dari segmentasi penerima manfaat, penawaran nilai melalui pertanian berdaya guna, hingga pengelolaan infrastruktur dan sumber daya yang mendukung produktivitas. Hal ini menunjukkan adanya keseimbangan antara tujuan sosial dan strategi bisnis yang berorientasi hasil. Dari sisi pelanggan dan pemangku kepentingan, Roumah Wakaf berhasil membangun hubungan kolaboratif dengan wakif, mitra tani, dan masyarakat penerima manfaat. Kepercayaan menjadi kunci utama yang mendorong keberhasilan program, diikuti dengan transparansi dan akuntabilitas dalam setiap tahapan pengelolaan wakaf. Komunikasi yang efektif dan pemanfaatan teknologi informasi juga memperkuat kepercayaan publik terhadap pengelolaan wakaf produktif ini.

Dalam aspek value proposition, Roumah Wakaf menghadirkan nilai lebih dengan mengubah aset wakaf menjadi sumber daya produktif yang menghasilkan manfaat ekonomi. Penanaman pisang Cavendish tidak hanya bernilai ekonomi tinggi, tetapi juga memiliki potensi ekspor dan pemberdayaan masyarakat tani lokal. Hasil panen kemudian didistribusikan untuk menutupi biaya operasional sekaligus mendanai berbagai program sosial dan penguatan ekonomi umat, menciptakan siklus kebermanfaatan yang berkelanjutan. Dengan demikian, model bisnis wakaf produktif yang dijalankan Roumah Wakaf memberikan inspirasi baru bagi lembaga-lembaga wakaf lainnya di Indonesia. Pendekatan berbasis BMC memungkinkan setiap lembaga untuk lebih terstruktur dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi program wakafnya. Dengan manajemen yang profesional, transparan, dan berorientasi pada kebermanfaatan jangka panjang, wakaf produktif seperti ini berpotensi menjadi motor penggerak kemandirian ekonomi umat di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Al Fatin, Filan Zuhdi. “Implementasi Strategi Digital Marketing Pada Program Fundraising Ziswaf Di Yayasan Al-Qalam Kota Cirebon, 2025.” Diploma, S1 - Ekonomi Syariah, 2025. <http://web.syekhnurjati.ac.id>.

Al Anshari, Quraish. “Pengembangan Strategi Konten Sosial Media Wakaf Uang Berbasis Preferensi Pakar Dengan Metode ANP.” Masters, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2026. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/75662/>.

Arofah, Ghina Hani Imania., & Fauziyah, Eva. “Analisis Fikih Wakaf Dan UU Wakaf No. 41 Tahun 2004 Terhadap Pengelolaan Wakaf Produktif.” *Jurnal Riset Hukum Keluarga Islam*, 41(2), 2022: 13–20.

BWI, Redaksi. “Pengembangan Wakaf Produktif.” *Badan Wakaf Indonesia | BWI.go.id*, May 26, 2023. <https://www.bwi.go.id/8787/2023/05/26/pengembangan-wakaf-produktif/>.

———. “Wakaf dan Pembangunan Ekonomi.” *Badan Wakaf Indonesia | BWI.go.id*, February 14, 2023. <https://www.bwi.go.id/8624/2023/02/14/wakaf-dan-pembangunan-ekonomi/>.

Denzin, Norman K., & Lincoln, Yvonna S. *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications, 2017.

Fauzia, Amelia., Almuin, Nani., Rohayati, Tati., & Garadian, Endi. *Fenomena Wakaf Di Indonesia: Tantangan Menuju Wakaf Produktif*. Badan Wakaf Indonesia, 2016.

Furqon, Ahmad. *Fikih Dan Manajemen Wakaf Produktif*. 113 vols. Semarang: Southeast Asian Publishing, 2019.

Haisyah, Nur. “Business and Risk Management Approaches in Managing Cash Waqf to Empower MSMEs in Indonesia.” *ICO EDUSHA*, 5(1), 2024: 157-178.

Harahap, Kartini., Sinta, Vovi., Oroh, Franky Nova Stanly., & Hamzah, Zeze Zakaria. *Bisnis Model Canvas*. 1st ed. 1 vols. Medan: Media Penerbit Indonesia, 2024.

Hardiyanto, Eko., Surjono, Surjono., & Prayitno, Gunawan. “Analisis Kelayakan Usaha Tani Komoditi Pisang Cavendish Di Desa Kuniran Kecamatan Purwosari Kabupaten

Bojonegoro.” *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 8, no. 3 (August 1, 2024): 1157–69. doi:[10.21776/ub.jepa.2024.008.03.28](https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2024.008.03.28)

Hidayatullah. “Panen Perdana Kebun Pisang Cavendish, Wakaf Produktif Kolaborasi Baitul Wakaf.” *Hidayatullah*, March 3, 2025. <https://hidayatullah.or.id/panen-perdana-kebun-pisang-cavendish-wakaf-produktif-kolaborasi-baitul-wakaf/>

Izzati, Nur. “Analisis Efektivitas Program Wakaf Produktif Bibit Pisang Cavendish Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Di Roumah Wakaf Surabaya.” Undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2024. <http://digilib.uinsa.ac.id/73118/>.

Jamira, Anaseputri., Febriani, Yulita., & Amali, Muhammad. “Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan.” In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 2021: 205–214. <https://www.academia.edu/download/90458567/3207.pdf>.

KBBI. “Arti Kata Produktif - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online.” Accessed October 12, 2025. <https://kbbi.web.id/produktif>.

Kemenag. “Potensi Capai Rp180 T, Kemenag Perkuat Kualitas Nazir dan Kebijakan Tata Kelola Wakaf Uang.” <https://kemenag.go.id>. Accessed August 20, 2025. <https://kemenag.go.id/nasional/potensi-capai-rp180-t-kemenag-perkuat-kualitas-nazir-dan-kebijakan-tata-kelola-wakaf-uang-nNKZD>.

Majid, Rifaldi., & Sukmana, Raditya. “Designing a Waqf-Based Agricultural Financing Model.” *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(3), 2023: 443-64. doi: [10.21098/jimf.v9i3.1686](https://doi.org/10.21098/jimf.v9i3.1686).

Mukti, Mhd. Farhan., Nasution, Yenni Samri Juliati., & Anggraini, Tuti. “Implementation of PSAK 112 Improves Productive Waqf Management.” *Academia Open*, 10(2), 2025. doi: [10.21070/acopen.10.2025.11601](https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.11601).

Nisa, Yulia Khoirun., Dawud, Moh Yusuf., & Djohar, Noor. “Strategi Pengembangan Usaha Pisang Cavendish Pada UD Istana Banana Di Desa Pilanggede Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro.” *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian*, 9(2), 2024: 141-149.

Nursyahid, Adib. Program Wakaf Produktif Roumah Wakaf (diwawancarai oleh Nurul Fajreini di Surabaya), 25 Agustus 2025.

———. Tantangan Program Pisang Cavendish Roumah Wakaf (diwawancarai oleh Nurul Fajreini di Surabaya), 25 Agustus 2025.

Osterwalder, Alexander., & Pigneur, Yves. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley and Sons, 2010.

Puteh, Faridah binti Haji. “Peranan Wakaf dalam Pembangunan Sosio-Ekonomi di Negara Brunei Darussalam: Kajian Sektor Pertanian.” Thesis, Universiti Islam Sultan Sharif Ali, 2021. <https://e-ilami.unissa.edu.bn:8443/handle/20.500.14275/4698>.

Qahaf, Mundzir. *Manajemen Wakaf Produktif*. Jakarta: KHALIFA, 2008.

Roumah Wakaf. “Wakaf Produktif Pisang Cavendish untuk Ketahanan Pangan.” Accessed March 6, 2026. <https://www.roumahwakaf.or.id/programs/wakaf-produktif-pisang-cavendish-untuk-ketahanan-pangan->.

Satriyono, Gandung., Meme, Meme., Vaulia, Nindi., Rizky, Edwina Prastiwi Sri., & Agustina, Eka. “Business Development Strategy Through The Business Model Canvas Approach of Omah Kopi Mandiri Tulungagung.” *At-Tadbir : jurnal ilmiah manajemen*, 8(2), 2024: 206–216. doi: [10.31602/atd.v8i2.13923](https://doi.org/10.31602/atd.v8i2.13923).

Sistem Ekonomi Syariah: Konsep dan Prinsip Dasar yang Harus Diketahui. Accessed August 27, 2025. <https://www.prudentialsyariah.co.id/id/news/sistem-ekonomi-syariah/index.html>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2nd ed. 1. Bandung: Alfabeta, 2019.

Sukman, Sukman. “Potensi Dan Strategi Pengembangan Wakaf Uang Di Indonesia.” *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 5(1), 2025: 72–80.

Thaker, Mohamed Asmy Bin Mohd Thas. “A Qualitative Inquiry into Cash Waqf Model as a Source of Financing for Micro Enterprises.” *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 10(1), 2018: 19–35. doi: 10.1108/IJIF-07-2017-0013

Trisnawati, Intan. “Pengelolaan Wakaf Perkebunan Pisang Cavendish Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dengan Perkembangan Usaha Mikro Sebagai Variabel Intervening Di Roumah Wakaf Surabaya.” Undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2025. <http://digilib.uinsa.ac.id/80093/>.

Utami, Ruli., Kusumastuti, Sri Yani., Syarweny, Narulita., & Yutanto, Hariadi. *Buku Referensi Bisnis Model Canvas : Mendesain Rencana Bisnis yang Inovatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

Wahda, Maziya Rahma., & Ramadhita, Ramadhita. “Pengelolaan Wakaf Produktif Dalam Mendukung Ketahanan Keluarga di Masa Kedaruratan.” *Sakina: Journal of Family Studies*, 8(2), 2024: 164–177. doi: [10.18860/jfs.v8i2.7022](https://doi.org/10.18860/jfs.v8i2.7022).

Warta Ekonomi. “Dukungan Kelembagaan Jadi Kunci Keberhasilan Pengembangan Wakaf di Sektor Pertanian.” *Warta Ekonomi*. Accessed March 7, 2026. <https://wartaekonomi.co.id/read589484/dukungan-kelembagaan-jadi-kunci-keberhasilan-pengembangan-wakaf-di-sektor-pertanian>.

Zunica, Silvia Bela., & Adiba, Elfira Maya. “Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif Perkebunan Pisang Cavendish Di Lembaga Roumah Wakaf Surabaya.” *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 2024. doi: [10.29040/jie.v8i1.11623](https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.11623).

Al Fatin, Filan Zuhdi. “Implementasi Strategi Digital Marketing Pada Program Fundraising Ziswaf Di Yayasan Al-Qalam Kota Cirebon, 2025.” Diploma, S1 - Ekonomi Syariah, 2025. <http://web.syekhnurjati.ac.id>.

Al Anshari, Quraish. “Pengembangan Strategi Konten Sosial Media Wakaf Uang Berbasis Preferensi Pakar Dengan Metode ANP.” Masters, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2026. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/75662/>.

Arofah, Ghina Hani Imania., & Fauziyah, Eva. “Analisis Fikih Wakaf Dan UU Wakaf No. 41 Tahun 2004 Terhadap Pengelolaan Wakaf Produktif.” *Jurnal Riset Hukum Keluarga Islam*, 41(2), 2022: 13–20.

BWI, Redaksi. “Pengembangan Wakaf Produktif.” *Badan Wakaf Indonesia | BWI.go.id*, May 26, 2023. <https://www.bwi.go.id/8787/2023/05/26/pengembangan-wakaf-produktif/>.

———. “Wakaf dan Pembangunan Ekonomi.” *Badan Wakaf Indonesia | BWI.go.id*, February 14, 2023. <https://www.bwi.go.id/8624/2023/02/14/wakaf-dan-pembangunan-ekonomi/>.

Denzin, Norman K., & Lincoln, Yvonna S. *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications, 2017.

Fauzia, Amelia., Almuin, Nani., Rohayati, Tati., & Garadian, Endi. *Fenomena Wakaf Di Indonesia: Tantangan Menuju Wakaf Produktif*. Badan Wakaf Indonesia, 2016.

Furqon, Ahmad. *Fikih Dan Manajemen Wakaf Produktif*. 113 vols. Semarang: Southeast Asian Publishing, 2019.

Haisyah, Nur. "Business and Risk Management Approaches in Managing Cash Waqf to Empower MSMEs in Indonesia." *ICO EDUSHA*, 5(1), 2024: 157-178.

Harahap, Kartini., Sinta, Vovi., Oroh, Franky Nova Stanly., & Hamzah, Zeze Zakaria. *Bisnis Model Canvas*. 1st ed. 1 vols. Medan: Media Penerbit Indonesia, 2024.

Hardiyanto, Eko., Surjono, Surjono., & Prayitno, Gunawan. "Analisis Kelayakan Usaha Tani Komoditi Pisang Cavendish Di Desa Kuniran Kecamatan Purwosari Kabupaten Bojonegoro." *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 8, no. 3 (August 1, 2024): 1157–69. [doi:10.21776/ub.jepa.2024.008.03.28](https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2024.008.03.28)

Hidayatullah. "Panen Perdana Kebun Pisang Cavendish, Wakaf Produktif Kolaborasi Baitul Wakaf." *Hidayatullah*, March 3, 2025. <https://hidayatullah.or.id/panen-perdana-kebun-pisang-cavendish-wakaf-produktif-kolaborasi-baitul-wakaf/>

Izzati, Nur. "Analisis Efektivitas Program Wakaf Produktif Bibit Pisang Cavendish Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Di Roumah Wakaf Surabaya." Undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2024. <http://digilib.uinsa.ac.id/73118/>.

Jamira, Anaseputri., Febriani, Yulita., & Amali, Muhammad. "Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan." In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 2021: 205–214. <https://www.academia.edu/download/90458567/3207.pdf>.

KBBI. "Arti Kata Produktif - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online." Accessed October 12, 2025. <https://kbbi.web.id/produktif>.

Kemenag. "Potensi Capai Rp180 T, Kemenag Perkuat Kualitas Nazir dan Kebijakan Tata Kelola Wakaf Uang." <https://kemenag.go.id>. Accessed August 20, 2025. <https://kemenag.go.id/nasional/potensi-capai-rp180-t-kemenag-perkuat-kualitas-nazir-dan-kebijakan-tata-kelola-wakaf-uang-nNKZD>.

Majid, Rifaldi., & Sukmana, Raditya. “Designing a Waqf-Based Agricultural Financing Model.” *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(3), 2023: 443-64. doi: [10.21098/jimf.v9i3.1686](https://doi.org/10.21098/jimf.v9i3.1686).

Mukti, Mhd. Farhan., Nasution, Yenni Samri Juliati., & Anggraini, Tuti. “Implementation of PSAK 112 Improves Productive Waqf Management.” *Academia Open*, 10(2), 2025. doi: [10.21070/acopen.10.2025.11601](https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.11601).

Nisa, Yulia Khoirun., Dawud, Moh Yusuf., & Djohar, Noor. “Strategi Pengembangan Usaha Pisang Cavendish Pada UD Istana Banana Di Desa Pilanggede Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro.” *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian*, 9(2), 2024: 141-149.

Nursyahid, Adib. Program Wakaf Produktif Roumah Wakaf (diwawancarai oleh Nurul Fajreini di Surabaya), 25 Agustus 2025.

———. Tantangan Program Pisang Cavendish Roumah Wakaf (diwawancarai oleh Nurul Fajreini di Surabaya), 25 Agustus 2025.

Osterwalder, Alexander., & Pigneur, Yves. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley and Sons, 2010.

Puteh, Faridah binti Haji. “Peranan Wakaf dalam Pembangunan Sosio-Ekonomi di Negara Brunei Darussalam: Kajian Sektor Pertanian.” Thesis, Universiti Islam Sultan Sharif Ali, 2021. <https://e-ilami.unissa.edu.bn:8443/handle/20.500.14275/4698>.

Qahaf, Mundzir. *Manajemen Wakaf Produktif*. Jakarta: KHALIFA, 2008.

Roumah Wakaf. “Wakaf Produktif Pisang Cavendish untuk Ketahanan Pangan.” Accessed March 6, 2026. <https://www.roumahwakaf.or.id/programs/wakaf-produktif-pisang-cavendish-untuk-ketahanan-pangan->.

Satriyono, Gandung., Meme, Meme., Vaulia, Nindi., Rizky, Edwina Prastiwi Sri., & Agustina, Eka. “Business Development Strategy Through The Business Model Canvas Approach of Omah Kopi Mandiri Tulungagung.” *At-Tadbir : jurnal ilmiah manajemen*, 8(2), 2024: 206–216. doi: [10.31602/atd.v8i2.13923](https://doi.org/10.31602/atd.v8i2.13923).

Sistem Ekonomi Syariah: Konsep dan Prinsip Dasar yang Harus Diketahui. Accessed August 27, 2025. <https://www.prudentialsyariah.co.id/id/news/sistem-ekonomi-syariah/index.html>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2nd ed. 1. Bandung: Alfabeta, 2019.

Sukman, Sukman. “Potensi Dan Strategi Pengembangan Wakaf Uang Di Indonesia.” *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 5(1), 2025: 72–80.

Thaker, Mohamed Asmy Bin Mohd Thas. “A Qualitative Inquiry into Cash Waqf Model as a Source of Financing for Micro Enterprises.” *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 10(1), 2018: 19–35. doi: 10.1108/IJIF-07-2017-0013

Trisnawati, Intan. “Pengelolaan Wakaf Perkebunan Pisang Cavendish Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dengan Perkembangan Usaha Mikro Sebagai Variabel Intervening Di Roumah Wakaf Surabaya.” Undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2025. <http://digilib.uinsa.ac.id/80093/>.

Utami, Ruli., Kusumastuti, Sri Yani., Syarweny, Narulita., & Yutanto, Hariadi. *Buku Referensi Bisnis Model Canvas : Mendesain Rencana Bisnis yang Inovatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

Wahda, Maziya Rahma., & Ramadhita, Ramadhita. “Pengelolaan Wakaf Produktif Dalam Mendukung Ketahanan Keluarga di Masa Kedaruratan.” *Sakina: Journal of Family Studies*, 8(2), 2024: 164–177. doi: [10.18860/jfs.v8i2.7022](https://doi.org/10.18860/jfs.v8i2.7022).

Warta Ekonomi. “Dukungan Kelembagaan Jadi Kunci Keberhasilan Pengembangan Wakaf di Sektor Pertanian.” *Warta Ekonomi*. Accessed March 7, 2026. <https://wartaekonomi.co.id/read589484/dukungan-kelembagaan-jadi-kunci-keberhasilan-pengembangan-wakaf-di-sektor-pertanian>.

Zunica, Silvia Bela., & Adiba, Elfira Maya. “Manajemen Pengelolaan Wakaf Produktif Perkebunan Pisang Cavendish Di Lembaga Roumah Wakaf Surabaya.” *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 2024. doi: [10.29040/jie.v8i1.11623](https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.11623).