

## PERANCANGAN MOBILE APLIKASI TABUNG WAKAF INDONESIA DESIGN OF MOBILE APPLICATION TABUNG WAKAF INDONESIA

Ahmad Muhibin<sup>1</sup>, Ananda Risya Triani<sup>2</sup> <sup>1,2</sup> Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom Bandung muhibin24@gmail.com<sup>1</sup>, emailbunanda@telkomuniveristy.ac.id<sup>2</sup>

**Abstrak :** Menurut ketua umum Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI), Mustafa Edwin Nasution, potensi wakaf uang di Indonesia sangat besar yang diperkirakan mencapai Rp 20 triliun pertahunnya, namun saat ini dari data BWI (Badan Wakaf Indonesia ) dana yang terkumpul baru sekitar 145 miliar pertahun yang berarti masih dibawah 1 %. Rendahnya angka partisipasi wakaf di Indonesia diakibatkan kurangnya kesadaran untuk menunaikan wakaf karena sedikit informasi tentang wakaf yang disampaikan, wakaf merupakan salah satu ajaran penting dalam islam yang termasuk dalam amal jariyah. Pada proses pembuatan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode observasi yang dilakukan di Bandung, wawancara kepada kepala pimpinan Dompot Dhuafa cabang Jawa Barat dan Rumah Wakaf Indonesia, serta mencari literatur dan melakukan studi pustaka mengenai data-data yang dibutuhkan. Maka penulis membuat perancangan mobile aplikasi sebagai media informasi dan pembayaran untuk pengembangan wakaf oleh (TWI) Tabung Wakaf Indonesia, guna meningkatkan angka jumlah partisipasi wakaf uang di Indonesia sehingga terjadinya peningkatan kualitas kehidupan masyarakat secara luas melalui pemberdayaan dana wakaf uang.

**Kata kunci :** Wakaf, Mobile, Aplikasi, Pembayaran

**Abstract :** According to the General Chairman of IAEI, Mustafa Edwin Nasution, stated that the potential of money waqf in Indonesia is very big that can reach Rp 20 trillion per year but currently from data BWI (Badan Wakaf Indonesia) of newly collected funds of approximately 145 billion per year which means still below 1%. The low number of waqf participation in Indonesia is caused by the lack of awareness to payment the waqf because little information about the waqf is submitted, whereas wakaf is one of the important teachings in Islam which is included in the charity finger. In the process of making this Final Project, the author uses observation methods conducted in Bandung, interviews to the head of Dompot Dhuafa branch of West Java and Rumah Wakaf Indonesia, as well as searching the literature and doing literature studies on the required data. So the authors make the design of mobile applications as a medium of information and payment for the development of waqf by (TWI) Tabung Wakaf Indonesia, in order to increase the number of wakaf money participation in Indonesia so that the improvement of the quality of life of the wider community through the empowerment of wakaf money funds.

**Keywords:** Waqf, Mobile Applications, Payments, Money, Cash

## 1.PENDAHULUAN

Data sensus penduduk BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2010, Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, dengan jumlah 207 Juta jiwa atau 87,18% dari total jumlah penduduk Indonesia. Menurut Ketua Umum Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI), Mustafa Edwin Nasution, menyatakan , potensi wakaf uang di Indonesia sangat besar, mencapai Rp 20 triliun pertahun, namun saat ini data BWI (Badan Wakaf Indonesia ) menyatakan dana yang terkumpul 145 miliar pertahun yang berarti masih dibawah 1 % dari potensi yang ada. Perkembangan dunia informasi dan teknologi begitu pesat, salah satu contohnya yaitu transaksi keuangan yang mudah, efektif, dan efisien bagi pengguna *smartphone*, berdasarkan data MENKOMINFO telah terjadi transaksi *e-commerce* sebanyak 200 Triliun di Indonesia pada tahun 2016 hal ini di dukung dengan besarnya jumlah pengguna internet yang mencapai 94,2 juta di Indonesia dengan pengguna *smartphone* sebanyak 63,9 juta, melihat potensi tersebut TWI (Tabung Wakaf Indonesia) yang berdiri sejak 14 Juli 2005 yang terus berkomitmen dalam pengembangan sumber daya wakaf agar dapat dikelola secara profesional dan produktif untuk mengembangkan berbagai program-program wakaf agar berdampak secara luas pada masyarakat, namun saat ini potensi tersebut belum terserap secara maksimal karena saat ini jumlah partisipan wakaf uang di Indonesia rendah akibat kurangnya kesadaran masyarakat untuk menunaikan wakaf uang, disamping itu belum tersedianya media yang memudahkan partisipan untuk melakukan transaksi wakaf yang aman dan mudah serta menyenangkan, untuk itu Tabung Wakaf Indonesia perlu membuat sebuah platform digital berupa *mobile* aplikasi guna menyediakan konten produk wakaf sekaligus media transaksi wakaf uang secara online melalui *smartphone* sehingga terjadi peningkatan partisipasi dan transaksi wakaf uang di Indonesia.

## KAJIAN TEORI

Menurut Bernardian (2012: 43) Fundraising adalah suatu pembangunan nilai-nilai kemanusiaan dari individu, organisasi maupun badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain sehingga menimbulkan kepedulian, kecerdasan dan motivasi untuk membangun relasi dengan orang-orang yang mempunyai nilai-nilai yang sama dengan organisasi dalam bentuk pemberian/penggalangan dana dengan tujuan sosial kemanusiaan.

Dalam membuat User Experience terdapat 5 tahapan Elements UX mulai dari tahapan yang paling abstrak (Strategy) hingga tahapan yang paling konkrit (Surface). UX mencakup hal seperti *user need* dan *business goals* dari produk yang ditawarkan. Secara dasar Jesse James Gerrett membagi element UX menjadi dua bagian: perspektif product as functionality dan product as information. Yang berarti UX dibagi urutanya berdasarkan fungsi yang akan dibuat dan informasi yang akan disampaikan, kemudian secara bertahap dibagi menjadi 5 dari yang paling abstrak sampai ke konkrit yakni, the Strategy Plane (User Needs, Product Objective), the Scope Plane (functional specifications, content requirements), the Structure Plane (interaction design, information architecture), the Skeleton Plane (interface design, navigation design, information design) dan the Surface Plane (sensory design). (Gerrette, 2011)

Interface design adalah fasilitas yang berkaitan dengan penyediaan user untuk melakukan sesuatu input dan sistem output serta sarana untuk user melakukan kontak pada *functional spesification* dan struktur pada *interaction design*. Standar elemen pada interface, antara lain checkboxes, radio button, text field, drop down list, list box, action button. (Gerrette, 2011)

Unsur desain adalah elemen-elemen dalam desain yang dengan memahaminya kita akan dapat menghasilkan komposisi desain yang baik , harmonis, menarik, komunikatif dan menyenangkan pembaca. Elemen-elemen tersebut diantara lain: Garis (Line), Bidang (Shape), Warna (Color), Gelap-terang (Value), Tekstur (Texture) dan Format. (Supriyono, 2010:59)

Prinsip desain adalah kaidah -kaidah dalam penerapan visual untuk mencapai komposisi layout yang harmonis, namun dalam praktiknya kaidah ini tidak seketat rumus secara matematis melainkan mengandalkan kreativitas dan orisinalitas ide, yang penting tidak mengurangi nilai kemudahan dalam membaca Rustan (2009:74).

Menurut (Sihombing, 2003:2) Berdasarkan bentuk dan desain, huruf dapat diklasifikasikan dalam beberapa kelompok yaitu serif, sans serif, slab serif, script, character proportion, cursive.

Ilustrasi adalah seni gambar yang digunakan sebagai sarana untuk mengartikan suatu maksud melalui visual. Ilustrasi tidak hanya dipakai sebagai pendukung cerita tetapi sebagai estetika untuk ruang kosong (Kusrianto, 2009:140).

## 2. METODE PENELITIAN

Penulis melakukan observasi secara langsung di Dompot Dhuafa Jl. R.A.A. Marta Negara No.22a, Turangga, Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat dan Rumah Wakaf Jl. Turangga, Lkr. Sel., Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat yang didalamnya terdapat kegiatan tabung wakaf uang, untuk mengetahui secara langsung bagaimana kegiatan wakaf dilakukan, mengenai data dan fenomena partisipan serta program wakaf. Untuk data yang lebih mendalam penulis melakukan wawancara mengenai standar kaidah dan hukum pelaksanaan, kepada kepala pimpinan cabang Dompot Dhuafa Jawa Barat yang menaungi lembaga TWI (Tabung Wakaf Indonesia) tentang alur dan sistem penerimaan, pengelolaan, distribusi, laporan dan evaluasi program wakaf yang ada di TWI, selain itu penulis juga mewawancarai petugas di Rumah Wakaf berkaitan dengan *user need* dan pengelolaan dana wakaf secara *online*. Mengenai pembuatan *mobile* aplikasi wawancara dilakukan kepada Divisi Digital Service Telkom Indonesia mengenai tahapan pembuatan *mobile* aplikasi. Untuk data berupa studi pustaka, pengumpulan data dilakukan melalui tulisan yang berhubungan dengan pembahasan, dimulai dari buku, website resmi, artikel, jurnal, dan lain-lain. membandingkan objek visual dengan teori. Sedangkan untuk membandingkan objek visual dengan teori digunakan matriks terdiri dari kolom dan baris, pada kolom pojok kiri baris terdapat teori untuk menganalisa, sedangkan dalam baris terdiri dari data visual dan penjabaran analisa. Analisis matriks penulis gunakan dalam penelitian ini untuk membandingkan produk aplikasi sejenis yakni NU Care, Rumah Zakat dan ESQ Wakaf sebagai acuan perancangan.

## 3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari observasi, wawancara, studi pustaka dan analisis matrik terhadap mobile aplikasi Tabung Wakaf Indonesia diketahui bahwa rendahnya angka partisipasi wakaf akibat kurangnya kesadaran akan berwakaf karena kurangnya konten materi pendidikan tentang berwakaf yang disampaikan oleh mubligh, alim ulama maupun pendidik, selain itu belum terdapat media yang memudahkan untuk bertransaksi secara online dengan mudah dan cepat, efektif dan efisien. Maka, apabila dilihat dari kesimpulan di atas, hal yang dibutuhkan TWI (Tabung Wakaf Indonesia) yaitu :

1. Dibutuhkan sebuah *platform* untuk melakukan edukasi sekaligus transaksi keuangan wakaf yang menarik dan mudah untuk digunakan berupa *mobile* aplikasi.
2. Tampilan *user interface* harus dapat mewakili citra perusahaan berupa lembaga pengelola wakaf dengan menampilkan tampilan visual berupa warna yang sesuai dengan corporate identity yang telah digunakan dalam hal ini berwarna hijau dan warna monokromnya dan untuk kolom yang bersifat penting atau perintah menggunakan warna komplementer selain itu menempatkan logo perusahaan untuk mengenalkan identitas perusahaan .

3. Memiliki *user experience* yang baik agar dapat menghubungkan kebutuhan pengguna dan tujuan perusahaan yang dapat dirancang dalam 5 tahap

a. *Strategy plane*

Dalam tahap ini kita harus mencari dasar tujuan dari perusahaan dan yang diinginkan pengguna terhadap produk, dalam hal ini TWI bertujuan untuk meningkatnya jumlah partisipasi dan transaksi wakaf uang, dan keinginan pengguna adalah mendapatkan informasi tentang portofolio program dan setelah itu melakukan transaksi dengan aman dan mudah.

b. *Scope plane*

Setelah tujuan dan keinginan diketahui maka selanjutnya adalah membuat daftar konten dan fungsi fungsi yang akan dimasukkan kedalam produk, dalam hal ini TWI membuat konten berupa program-program wakaf dan berita seputar wakaf dan juga memasukan fungsi-fungsi pembayaran serta deposit saldo wakaf.

c. *Structure plane*

Setelah daftar fungsi dan konten terbentuk maka harus dibuat struktur/hirarki guna memudahkan user untuk melakukan dan menyelesaikan sebuah tindakan dan *mobile* aplikasi, dalam hal ini mobile aplikasi TWI membuat kolom menu sebagai struktur konten berupa home, berita, wakafku dan profil dengan menggunakan sistem sirkulasi bento box.

d. *Skeleton plane*

Setelah struktur daripada konten dan fungsi terbentuk maka akan diterjemahkan kedalam kolom-kolom wireframe berupa garis untuk menggambarkan layout posisi dari konten dan fungsi-fungsi yang akan diterapkan pada mobile aplikasi.

e. *Surface plane*

Setelah wireframe terbentuk baru dilakukan pemberian elemen-elemen visual lainnya berupa warna, ilustrasi, foto sebagai tahap akhir.

### 3.1 KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

#### Konsep Pesan

Pesan utama yang ingin disampaikan mobile aplikasi TWI (Tabung Wakaf Indonesia) adalah Menyampaikan informasi dan edukasi tentang produk keuangan islam berupa wakaf uang kepada khalayak sasaran, dan mengajak khalayak sasaran untuk berpartisipasi dalam transaksi wakaf uang pada mobile aplika, sehingga menimbulkan rasa nyaman dan mudah dalam bertransaksi dimanapun dan kapanpun yang nantinya akan berdampak kepada peningkatan jumlah partisipasi wakaf uang di Indonesia.

#### Konsep Kreatif

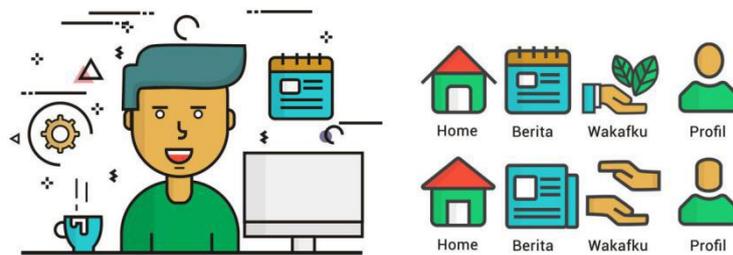
Big Idea: “Mobile aplikasi TWI: “Transaksi wakaf uang dengan aman dan mudah dimanapun dan kapanpun”.

Konsep kreatif pada perancangan mobile aplikasi Tabung Wakaf Indonesia berdasarkan pada hasil observasi dan segmentasi khalayak sasaran yang utamanya, dengan status ekonomi sosial menengah keatas dengan kehidupan sehari hari yang mobile terkait pekerjaan sebagai karyawan dan wirausaha, sehingga dibutuhkan pendekatan kreatif yang menampilkan unsur-unsur visual modern dan minimalis, adapun pendekatan moderen disajikan dalam tampilan yang mengacu pada tren dan *forecast* desain terbaru seperti berupa elemen icon dan tampilan visual selain itu untuk melakukan edukasi maka dilakukan penambahan kolom berita

sehingga user dapat mengakses berita-berita terbaru tentang dunia seputar islam dan wakaf dengan cepat dan mudah untuk mengisi waktu luang yang singkat.

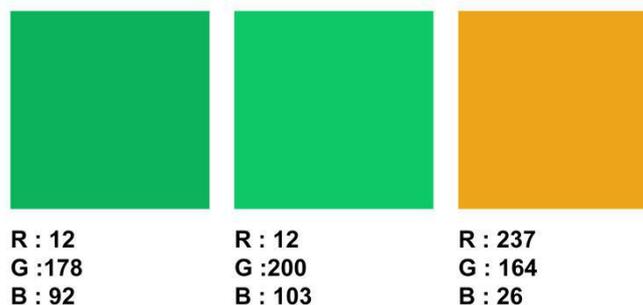
### Konsep Visual

Para khalayak sasaran merupakan pengguna smartphone aktif dan kerap berinteraksi dengan berbagai konten visual di Internet sehingga dibutuhkan gaya visual yang mengikuti tren *forecast* design terbaru agar nampak modern dan selalu update agar tidak terkesan kuno dan tertinggal untuk itu penulis memilih gaya visual *flat design* dan *monoline* pada penerapan ilustrasi pada splash screen dan icon berdasarkan hasil wawancara dan observasi trend forecast design 2016-2017.



Gambar 1 Ilustrasi dan gaya visual  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Penggunaan warna pada mobile Aplikasi Tabung Wakaf Indonesia berdasarkan hasil dari wawancara untuk menggunakan warna yang sesuai dengan corporate identity perusahaan pemberi proyek sehingga dapat menimbulkan kesan satu kesatuan terhadap perusahaan dan produk berupa mobile aplikasi ini, yang mengacu pada teori warna yang digunakan yakni monokrom hijau, mengikuti konsep corporate colour dan visi misi perusahaan, sebagai lembaga pengelola keuangan umat muslim, dengan warna komplementer yakni jingga pada tombol perintah agar terlihat kontras dan menarik perhatian karena bersifat persuasif.



Gambar 2 Warna  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Font yang digunakan menggunakan font sans serif Roboto karena memiliki readability dan legibility yang baik serta menyampaikan kesan modern dan efisien, dan merujuk pada referensi *Google Material Design* sebagai *typeface* dari android dan iOS.

ABCDEFGHIJKLMNOP  
 OPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmn  
 opqrstuvwxyz  
 0123456789!?  
 #%&\$@\*{(/\)}

(Thin, *Thin Italic*, Light, *Light Italic*, Regular,  
*Italic*, Medium, *Medium Italic*, Bolt, *Bolt Italic*,  
 Black, *Black Italic*, Condensed, *Condensed Italic*,  
 Bold Condensed, *Bold Condensed Italic*)

Gambar 3. Font Roboto

Sumber : Google material desain

Pada perancangan icon mobile aplikasi Tabung Wakaf Indonesia penulis mengacu pada gaya visual yang telah dirumuskan pada konsep kreatif yakni dengan menggunakan gaya visual flat design dan monoline melalui proses brainstorming dengan memunculkan kata-kata kunci yang berkaitan dengan konten kemudian mengumpulkan visual moodboard dan melakukan perancangan sketsa manual setelah didapatkan bentuk yang sesuai dilakukan tracing ulang secara digital.

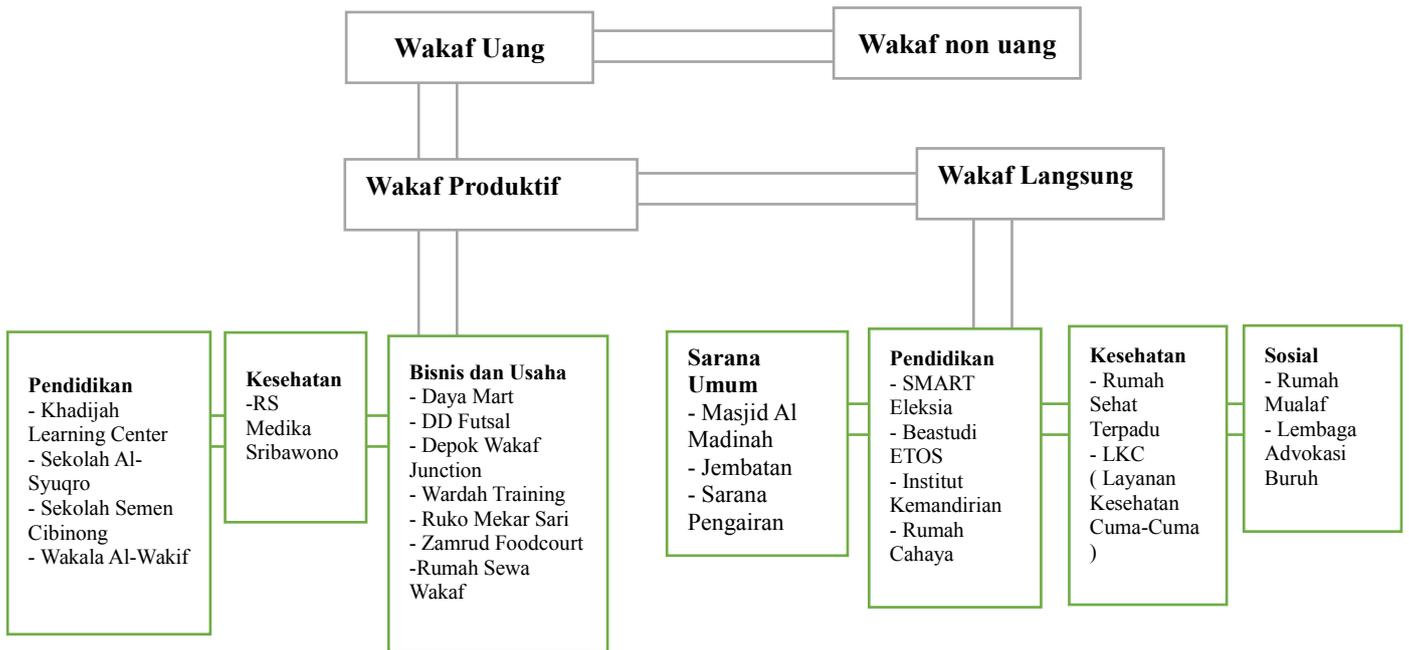


Gambar 4. Icon mobile aplikasi

Sumber : Dokumen pribadi

Pada perancangan layout design mobile aplikasi tabung wakaf indonesia yakni setelah melakukan observasi, wawancara maka sampailah pada tahapan perancangan UI/UX *skeleton plan* yaitu perancangan layout dari arsitektur fungsional dan informasi yang digambarkan dengan wireframe dan *surface plan* penempatan elemen-elemen visual berupa warna, gambar/illustrasi/foto pada layout *mobile* aplikasi Tabung Wakaf Indonesia. Sebelum melakukan perancangan wireframe penulis memuat perancangan arsitektur informasi dan arsitektur fungsional berdasarkan hasil wawancara, observasi dan studi pustaka.

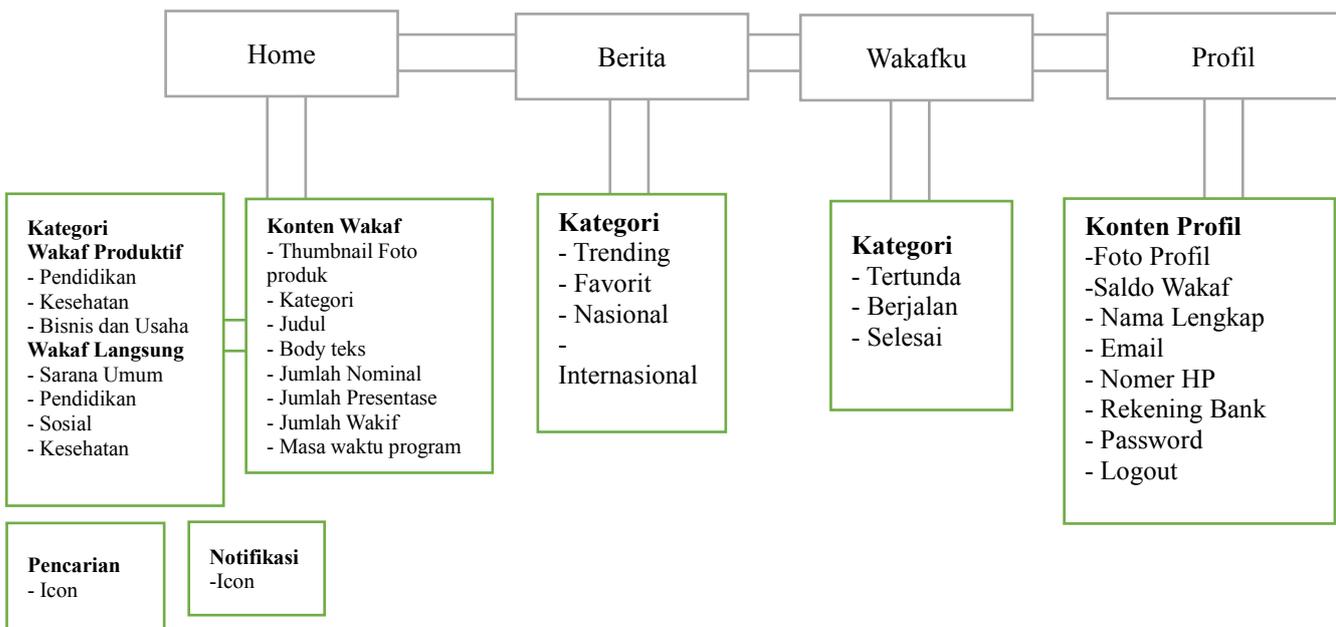
A.Arsitektur Informasi



Tabel 1. Arsitektur informasi

Sumber : Dokumen pribadi

B.Arsitektur Fungsional



Tabel 1. Arsitektur Fungsional

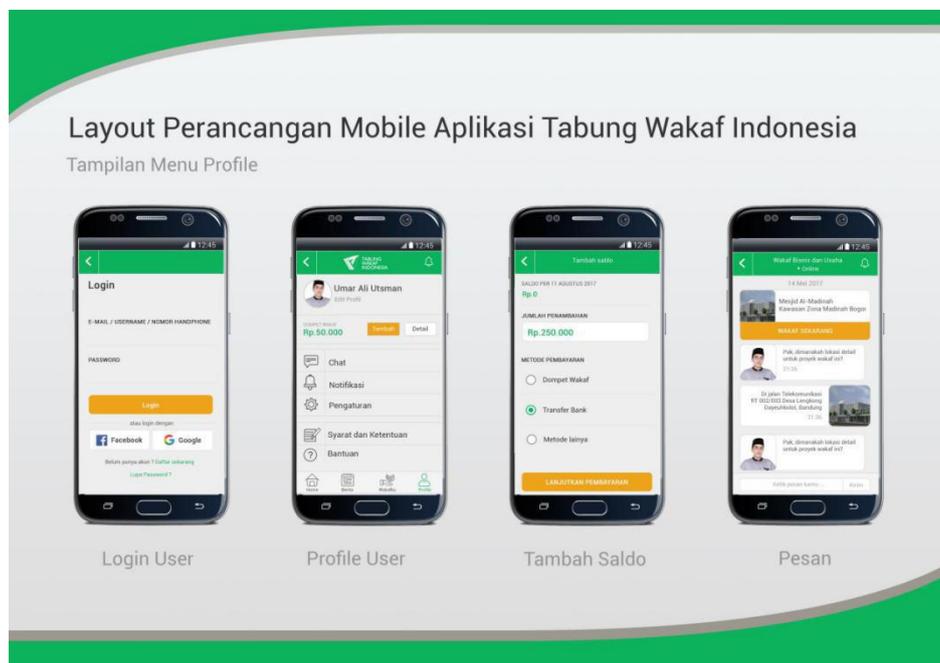
Sumber : Dokumen pribadi

Setelah terbentuk dan tersusun arsitektur informasi dan arsitektur fungsional dari hasil observasi dan wawancara maka akan tampak aliran informasi dan fungsi dari rancangan *mobile* aplikasi Tabung Wakaf Indonesia yang selanjutnya dari alur skema tersebut diterapkan kedalam *wireframe* untuk dapat melihat layout dan aliran info dan fungsi yang disesuaikan secara visual dengan tampilan pada layar *smartphone*.



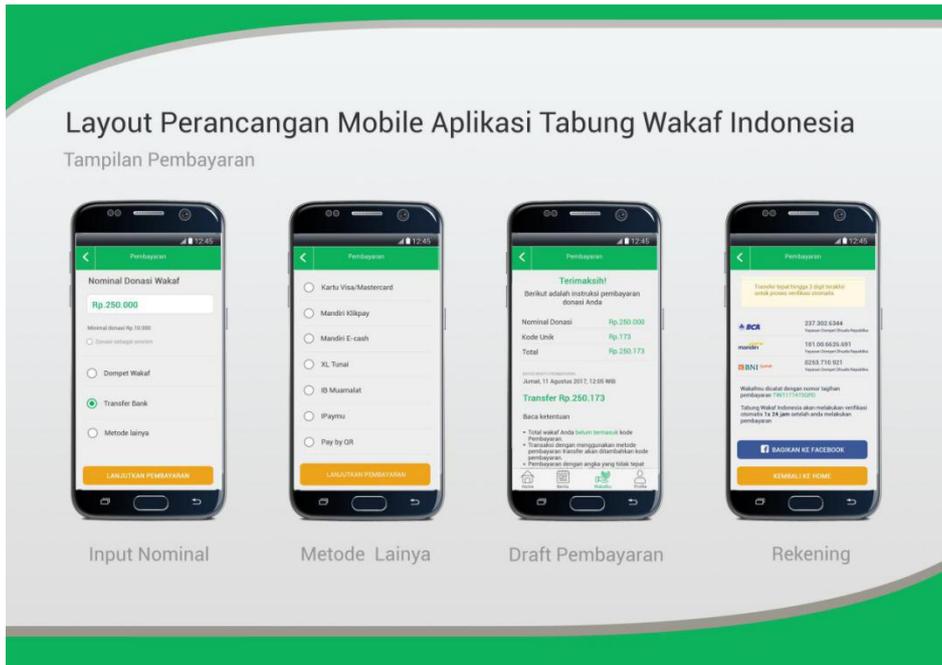
Gambar 5. Tampilan menu utama

Sumber : Dokumen pribadi



Gambar 6. Tampilan menu profil

Sumber : Dokumen pribadi



Gambar 7. Tampilan menu pembayaran

Sumber : Dokumen pribadi



Gambar 8. Tampilan menu berita

Sumber : Dokumen pribadi



Gambar 9. Tampilan menu wakafku

Sumber : Dokumen pribadi

#### 4. Kesimpulan

Dalam pembuatan mobile aplikasi tabung wakaf untuk mencapai tujuan peningkatan jumlah partisipasi dan transaksi wakaf maka harus memperhatikan tentang bagaimana menghubungkan kebutuhan pengguna dan tujuan bisnis perusahaan, setelah itu merancang user experience dari mulai yang abstrak hingga yang konkret yang terangkum dalam 5 tahapan perancangan UX the Strategy Plane (User Needs, Product Objective), the Scope Plane (functional specifications, content requirements), the Structure Plane (interaction design, information architecture), the Skeleton Plane (interface design, navigation design, information design) dan the Surface Plane (sensory design). setelah itu dilakukan penerapan prinsip dan unsur desain pada visual interface yang diaplikasikan kepada mockup perancangan untuk dilakukan tes penggunaan kepada user yang nantinya akan menghasilkan feedback dan perbaikan untuk terus menghasilkan mobile aplikasi yang efektif dan efisien sesuai dengan apa yang perusahaan inginkan dan yang pengguna butuhkan.

#### 5. Daftar pustaka

- 1) Garret, James J. (2011). The Elements of User Experience (1st ed.) Eight Street, Berkeley., USA : New Riders.
- 2) Grove, Jenny. (2015). Engage Users and Drive Conversions. Think Google, 4-29. App Navigation and Exploration.
- 3) Perilaku Pengguna Internet Indonesia. (2016) Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet di Indonesia. Jakarta : APJII.

- 4) Firmansyah, A. (2009). Pengembangan Alternatif Model Bisnis pada E-Commerce. Skripsi FALSIKOM UI Jakarta : tidak diterbitkan.
- 5) Nizar, Ahmad. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Presepsi Wakif tentang Wakaf Uang. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 21-24 Kesimpulan dan Saran.
- 6) Lexy, J Moleong, (1991), Metodologi penelitian Kuantitatif, Bandung, Remaja Rosda Karya.
- 7) Soewardikoen, D. Widiatmoko, (2013) Metode Penelitian Visual, dari Seminar ke Tugas Akhir, Bandung, Dinamika Komunika.
- 8) Reito Meler ( 2009 ) Profesional Android Application Development, Indiana, Wiley Publishing.
- 9) Rustan, Suriyanto, 2009, Layout Dasar dan Penerapannya, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- 10) Sihombing, Danton, 2003, Tipografi dalam Desain Grafis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- 11) Buyens, Jim. 2001. Web Database Development. Elex Media Komputindo. Jakarta
- 12) Rosenfeld, L & Morville, P. (2006). Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites (3rd ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly.
- 13) Wirjana, Bernardine R. 2012. Mencapai Manajemen Berkualitas. Yogyakarta: Andi
- 14) Jenis dan Karakter Huruf dalam Tipografi. Diakses pada [www.teoridesain.com](http://www.teoridesain.com) (12 April 2017, 22.00 WIB).