

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia kata dana didefinisikan sebagai uang atau biaya yang disediakan untuk suatu keperluan; pemberian; hadiah; dan derma. Kemudian kata zakat didefinisikan sebagai sejumlah harta yang harus dikeluarkan oleh orang yang beragama Islam dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya atau mustahik zakat, seperti fakir miskin, Ibnu Sabil dan sebagainya berdasarkan hukum yang ditetapkan oleh syarak; Bagian dari rukun Islam yang berisi tentang aturan wajibnya mengeluarkan zakat kepada mustahik zakat.

Zakat menjadi salah satu aspek terpenting dalam kehidupan sosial yang dapat membantu mensejahterakan masyarakat. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat menjelaskan tujuan zakat pada pasal 3 yaitu zakat bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat; dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Kemudian dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 dijelaskan bahwa untuk melaksanakan pengelolaan zakat maka pemerintah membentuk BAZNAS yang berkedudukan di Ibu Kota Negara (IKN). BAZNAS merupakan lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri. BAZNAS menjadi

lembaga dalam pengelolaan zakat secara nasional (Pasal 6). Pengelolaan zakat yang dilakukan harus berasaskan pada syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas (Pasal 2).

Perkembangan zakat khususnya di Indonesia senantiasa berubah secara dinamis baik dari regulasi, kelembagaan, proses penghimpunan, pengelolaan, dan pendistribusiannya. Kegiatan penghimpunan dana zakat dari para muzaki sebagai aplikasi dari salah satu rukun Islam memiliki landasan dan rujukan yang kuat berdasarkan Alquran dan hadis. Allah Swt. berfirman dalam Alquran surah At-Taubah [9] ayat 103 yang berbunyi:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ١٠٣

Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui (Q.S At-Taubah [9]:103) (Kemenag RI, 2023).

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat akan senantiasa mempengaruhi aktivitas manusia. Perkembangan itu terjadi karena banyaknya kebutuhan yang menuntut manusia untuk selalu bersosialisasi dan berinteraksi dengan memanfaatkan teknologi dan informasi yang ada. Terhubung dengan media sosial yang menjadi bagian dari media digital dapat membantu manusia untuk saling berinteraksi, mencari dan menyebarkan informasi dengan lebih mudah. Era digital dapat diadaptasi dengan semakin berkembangnya zaman. Proses adaptasi atau penyesuaian ini menjadi hal yang harus dilakukan dalam kegiatan *fundraising* karena jika tidak dilakukan maka

lambat laun kegiatan *fundraising* tidak akan berjalan dengan optimal, lebih jauhnya lagi akan mengalami kemunduran. Transformasi digital merupakan upaya yang dilakukan untuk senantiasa beriringan dengan perkembangan zaman agar pengelolaan zakat dilakukan dengan mudah, efektif dan efisien.

Kegiatan *fundraising* merupakan komponen penting yang menentukan keberlanjutan dan pendukung keberhasilan program dari lembaga pengelolaan zakat. Terkait dengan fenomena ini, digitalisasi dalam kegiatan *fundraising* dilakukan sebagai inovasi untuk mengoptimalkan penghimpunan dana zakat. Hal ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi para muzakki yang ingin membersihkan hartanya dengan membayar zakat secara efektif dan efisien tanpa perlu lagi datang ke lokasi lembaga Amil zakat melainkan bisa melalui media digital seperti web dan lain-lain (Maharani, et al., 2022: 34).

Transformasi digital yang dilakukan dalam pengelolaan zakat khususnya pada kegiatan *fundraising* dan pendistribusian zakat diharapkan mampu menjadi upaya dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas berbasis teknologi dan informasi. Maka dari itu perlunya meningkatkan perhatian dan penanganan dari berbagai pihak melalui penguatan ekosistem zakat di Indonesia meliputi pemerintah, lembaga keuangan *syai'ah*, lembaga pengelolaan zakat, masyarakat dan berbagai pihak lainnya yang senantiasa ikut andil dalam melaksanakan pengelolaan zakat (Rohmaniyah, 2021: 235).

Implementasi strategi *fundraising* zakat yang tepat sasaran menjadi salah satu aspek penting dalam pengelolaan zakat. Merujuk pada Rencana Strategis Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia tahun 2020-2025

yaitu terdapat target optimalisasi potensi zakat secara nasional. BAZNAS RI mempunyai program prioritas untuk mencapai target tersebut yaitu dengan melakukan pemetaan potensi zakat dan membuat kebijakan strategi optimalisasi potensi zakat berbasis wilayah dan jenis zakat berbasis kabupaten/kota di Indonesia. Tahun 2022 BAZNAS RI berhasil melakukan pemetaan potensi zakat yang ada di kabupaten/kota dan potensi BAZNAS Provinsi di seluruh Indonesia (BAZNAS RI, 2022: 2).

Kemudian pada tahun 2022 BAZNAS RI melakukan Pengukuran Indeks Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ) yang mencakup 416 kabupaten dan 98 kota di 34 provinsi yang ada di Indonesia. Kegiatan pengukuran IPPZ tersebut membahas secara komprehensif seluruh potensi objek zakat yang ada di suatu kabupaten/kota. Berdasarkan rekapitulasi potensi zakat di setiap kabupaten/kota di suatu provinsi dapat diketahui bahwa Provinsi DKI Jakarta menempati posisi pertama dengan nilai potensi zakat yaitu sebesar Rp. 64,5 triliun, diikuti oleh Provinsi Jawa Timur sebesar Rp. 36,2 triliun dan Provinsi Jawa Barat sebesar Rp. 30,6 triliun. Kemudian Provinsi DKI Jakarta juga menjadi provinsi dengan potensi zakat uang dan zakat penghasilan tertinggi di Indonesia dengan nilai potensi masing-masing sebesar Rp. 37,7 triliun dan 26,8 triliun (BAZNAS RI, 2022: 2-3).

Meskipun demikian, nilai rekapitulasi hasil pengukuran Indeks Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ) kabupaten/kota di setiap provinsi tersebut tidak dapat dijadikan patokan potensi zakat yang mampu direalisasikan oleh

BAZNAS di tingkat provinsi. Oleh karena itu, pemetaan potensi zakat pada tingkat provinsi juga perlu dilakukan. (BAZNAS RI, 2022: 3).

Potensi zakat di provinsi DKI Jakarta berdasarkan potensi zakat yang dipetakan dalam kajian berikut ini meliputi objek zakat bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) dan pendapatan bukan Aparatur Sipil Negara, zakat milik Badan Usaha Milik Daerah Provinsi (BUMD) dan zakat retail. Perhitungan potensi zakat di Provinsi DKI Jakarta sebesar Rp 302,9 miliar. Data yang dilakukan dalam kajian potensi zakat merupakan data sekunder dengan rentang 3 tahun, yaitu tahun 2019, 2020 dan 2021. Penggunaan rentang data ini karena keterbatasan perhitungan ketersediaan data yang ada dan untuk mencerminkan hasil dari kajian yang terbaru. Sebagaimana dijelaskan dalam buku IPPZ 2019, dalam menghitung potensi zakat juga digunakan asumsi pengaruh potensi zakat yang dinyatakan sebagai persentase penduduk muslim Indonesia yang diambil dari hasil survei penduduk pada tahun 2020 yaitu sebesar 86% (BAZNAS RI, 2022: 3-5).

BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta senantiasa melakukan upaya dalam menghimpun dana zakat. Berdasarkan *annual report* BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta pada tahun 2021 disebutkan bahwa bidang pengumpulan BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta memiliki empat divisi meliputi divisi instansi dan Unit Pengumpul Zakat (UPZ), divisi CSR dan ritel, divisi layanan muzaki, dan divisi marketing komunikasi & *fundraising* digital. Tahun 2022 sesuai Rencana Strategis BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta yaitu terus mengupayakan peningkatan pelayanan dan

operasional secara digital, maka dari itu perbaikan sistem digital dari berbagai sisi terus dilakukan. Adanya upaya tersebut menjadi bukti kesungguhan BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam melakukan penghimpunan dana zakat dari para muzaki. Maka dari itu implementasi strategi yang baik sangat diperlukan dalam upaya penghimpunan dana zakat agar potensi zakat yang ada di Provinsi DKI Jakarta dapat dihimpun dengan optimal.

Dikutip dari laman resmi BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta bahwa hasil pengumpulan dana zakat per 31 Desember 2022 yaitu sebesar Rp. 149.722.668.414. Hasil penghimpunan dana zakat ini mengalami kenaikan apabila dikomparasikan dengan hasil penghimpunan pada tahun 2021 yakni sebesar Rp. 140.808.273.275 dan tahun 2020 sebesar Rp. 85.510.443.069. Hal ini menunjukkan bahwa penghimpunan dana zakat yang ada di Provinsi DKI Jakarta mengalami kenaikan dan dilaksanakan dengan cukup baik. Peningkatan ini terjadi karena semakin meningkatnya kepercayaan masyarakat khususnya Wilayah Provinsi DKI Jakarta kepada BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta sebagai lembaga pengelola zakat.

Berdasarkan uraian yang telah di paparkan maka penelitian ini akan membahas mengenai “**Implementasi Strategi *Fundraising* Digital BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam Upaya Penghimpunan Dana Zakat**”. Pernyataan ini sejalan dengan misi nomor lima BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta yaitu “Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dengan memanfaatkan data dan teknologi”, misi tersebut menunjang

tercapainya visi BAZNAS (BAZIS) DKI Jakarta yaitu “Menjadi simpul kolaborasi kebaikan dalam memajukan dan membahagiakan warga Jakarta”.

Penelitian ini mengacu pada teori implementasi strategi yang dikemukakan oleh J David Hunger dan Thomas L Wheelen. Mereka menyatakan bahwa implementasi strategi adalah proses suatu manajemen mengimplementasikan strategi dan kebijakannya dengan mengembangkan program, anggaran, dan prosedur. Proses ini dapat berupa perubahan budaya, struktur dan sistem manajemen organisasi secara keseluruhan. Kecuali ada kebutuhan untuk perubahan total dalam perusahaan, manajer tingkat menengah dan bawah akan menerapkan strategi mereka secara khusus dengan saran dari manajemen puncak. Kadang-kadang disebut sebagai perencanaan operasional, proses ini selalu melibatkan keputusan sehari-hari mengenai alokasi sumber daya untuk mengimplementasikan strategi (Hunger, et al., 2003: 17).

Sehingga melalui penelitian ini dapat uraikan lebih mendalam tentang implementasi strategi *fundraising* digital yang dilakukan oleh BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam upaya penghimpunan dana zakat. Implementasi *fundraising* digital ini juga diharapkan mampu memudahkan para muzakki dan donatur dalam berbuat baik serta lebih mudah dalam memberikan bantuan kepada orang yang membutuhkan dengan efektif dan efisien.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian membahas tentang pemusatan kajian mengenai batasan yang menjadi arah penelitian sehingga fokus penelitian dapat tergambar dengan jelas. Adapun batasan yang menjadi arah pada penelitian ini yaitu mengenai implementasi strategi *fundraising* digital BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam upaya penghimpunan dana zakat. Kemudian pernyataan pada fokus penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Pengembangan program *fundraising* digital BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam upaya penghimpunan dana zakat
2. Anggaran *fundraising* digital BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam upaya penghimpunan dana zakat
3. Prosedur *fundraising* digital BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam upaya penghimpunan dana zakat

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya yaitu:

1. Untuk mengetahui pengembangan program *fundraising* digital BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam upaya penghimpunan dana zakat.
2. Untuk mengetahui anggaran *fundraising* digital BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam upaya penghimpunan dana zakat.
3. Untuk mengetahui prosedur *fundraising* digital BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam upaya penghimpunan dana zakat.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dan menjadi khazanah ilmu pengetahuan bagi semua orang khususnya civitas akademika jurusan Manajemen Dakwah serta hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas mengenai implementasi strategi *fundraising* digital.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi, masukan dan saran untuk lembaga zakat yang sedang atau akan melakukan penghimpunan dana zakat secara digital agar proses penghimpunan zakat dapat dilakukan dengan maksimal.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Kajian ini dilakukan agar dapat dijadikan informasi awal pada penelitian dan untuk memposisikan (persamaan dan perbedaan) pada penelitian yang akan dilakukan terhadap penelitian terdahulu. Adapun hasil penelitian yang relevan dengan topik yang akan dibahas diantaranya:

1. Audina Amalia Syafira (2022) dengan judul “Strategi *Fundraising* dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Azka Al-Baitul Amien Kabupaten Jember”. Penelitian yang dilakukan oleh Audina Amalia Syafira memperoleh hasil yaitu Lembaga Amil Zakat Azka Al-Baitul Amien menggunakan dua metode yang dijadikan strategi untuk

meningkatkan peroleh dana zakatnya. Dua metode itu adalah *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. Kemudian faktor pendukung dalam penghimpunan dana zakat di LAZ Azka Al-Baitul Amien yaitu penggunaan media sosial, berada di bawah naungan masjid Jami' Al-Baitul Amien, memiliki paham Ahlusunnah Wal Jama'ah dan adanya wabah Covid-19. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu sumber daya manusia yang terbatas dan adanya wabah covid-19. Evaluasi yang di laksanakan oleh LAZ Azka Al-Baitul Amien yaitu evaluasi harian, mingguan, bulanan, dan raker setiap tahun.

2. Fathimatuz Zahroh (2019) dengan judul “Analisis Efisiensi pada Implementasi *Fintech* dalam *E-Zakat* sebagai Strategi Penghimpunan Dana Zakat oleh Lazizmu dan Nurul Hayat”. Penelitian ini menunjukkan bahwa sistem E-Zakat yang diterapkan di Lembaga Amil Zakat, Lazizmu atau Nurul Hayat, menggunakan beberapa sarana untuk mengoperasikan sistem E-zakatnya. E-zakat berfungsi sebagai strategi penggalangan dana zakat yang diterapkan oleh organisasi Amil zakat di Surabaya, yaitu untuk dapat memberikan kemudahan, memperluas pasar, membawa dampak penghimpunan pendapatan baik nominal berwujud maupun tidak berwujud dari dana zakat. Faktor pendukung dalam Lazizmu dan Nurul Hayat meliputi beberapa faktor, antara lain kesadaran masyarakat akan teknologi dan jaringan dan server yang memadai, sedangkan faktor penghambat meliputi beberapa, Salah satunya adalah masalah teknis

dengan nomor dan layanan virtual pada situs web dan aplikasi yang tersedia.

3. Amalia Miftahul Jannah (2021) dengan judul “Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah Pada Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Jambi”. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Amalia Miftahul Jannah yaitu Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid menggunakan strategi *fundraising* dengan dua metode yaitu metode online dan metode offline. Kemudian permasalahan dan kendala yang dihadapi LAZ Daarut Tauhid dalam melaksanakan *fundraising* yakni kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga, masih rendahnya kesadaran masyarakat dalam mengeluarkan zakat, Kekurangan Sumber Daya Manusia, masih awamnya masyarakat dalam penggunaan teknologi informasi.

Berdasarkan kajian pada penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini maka terdapat adanya persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Adapun persamaannya yaitu terkait upaya penghimpunan dana zakat. Sedangkan perbedaannya yaitu terkait teori penelitian, lokasi penelitian dan proses *fundraising* yang dilakukan. Pada penelitian ini teori yang digunakan mencakup implementasi strategi *fundraising* sedangkan penelitian terdahulu mencakup strategi *fundraising*. Lokasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu di BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta. Kemudian penelitian ini difokuskan pada proses *fundraising* yang dilakukan secara digital.

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoretis

a. Implementasi Strategi

Implementasi merupakan aktivitas, tindakan dan aksi berupa mekanisme pada suatu sistem, implementasi bukan sekedar aktivitas, melainkan kegiatan yang terencana secara sistematis untuk mencapai tujuan yang dilakukan dari kegiatan tersebut (Usman 2022: 70). Kemudian implementasi didefinisikan sebagai Penyesuaian proses interaksi yang semakin luas antara tujuan dan tindakan dengan bantuan jaringan pelaksana dan birokrasi yang efektif untuk mencapai tujuannya (Setiawan 2004: 39). Maka dapat dipahami bahwa implementasi merupakan pelaksanaan atau tindakan nyata dari rencana yang telah disusun secara sistematis. Pelaksanaan rencana tersebut biasanya dilakukan setelah rencana yang disusun telah dianggap sempurna.

Steiner and Miner berpendapat bahwa *“strategy is the forging of company mission, setting objectives for the organization in light of external and internal forces, formulating specific policies and strategies to achieve objectives, and assuring their-’proper implementation so that the basic purposes and objectives of the organization will be achieved”*. Terjemah dari pendapat mereka yaitu Strategi adalah tentang merumuskan misi perusahaan, menetapkan tujuan organisasi berdasarkan kekuatan eksternal dan internal, merumuskan kebijakan dan strategi khusus untuk mencapai tujuan dan memastikan penerapannya dengan tepat, sehingga mendukung tujuan dan sasaran fundamental organisasi tercapai. (Sudiantini, et al., 2022: 3).

J David Hunger dan Thomas L Wheelen mendefinisikan implementasi strategi yaitu proses yang dilakukan manajemen dalam

mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Proses tersebut dapat berupa perubahan budaya, struktur, dan sistem manajemen dari organisasi secara menyeluruh. Kecuali apabila diperlukannya perubahan secara menyeluruh pada perusahaan, manajer tingkat menengah dan manajer tingkat bawah akan mengimplementasi strategi secara khusus melalui pertimbangan dari manajemen puncak. Proses tersebut terkadang dirujuk sebagai perencanaan operasional, sehingga implementasi strategi senantiasa melibatkan keputusan sehari-hari dalam mengalokasikan sumber daya (Hunger, et al., 2003: 17).

Hasibuan (2009: 102) berpendapat bahwa dalam proses mengembangkan suatu strategi, seseorang harus mampu menganalisis kekuatan dan kelemahan pihak lain, memanfaatkan kekuatan dan kelemahan pihak lain, serta mempertimbangkan kondisi lingkungan internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi perubahan organisasi. Mempertimbangkan faktor ekonomi, sosial, psikologis, sosial, budaya, hukum, lingkungan dan geografis serta menganalisis rencana dari pihak lain.

Pada proses implementasi strategi, organisasi harus mampu mendefinisikan objek, menetapkan kebijakan, memotivasi sumber daya manusia, dan mengalokasikan sumber daya sesuai dengan kemampuannya agar langkah awal dapat dilaksanakan. Memahami sumber daya manusia dalam upaya pemasaran dan penganggaran

Presentasi dan pengembangan berkelanjutan sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi (David, 2005: 4).

Implementasi strategi sering dikatakan sebagai langkah-langkah tindakan dalam manajemen strategis untuk menjalankan strategi yang telah dirumuskan. Pada tahap implementasi, strategi dianggap sebagai tahap yang sulit karena membutuhkan institusi yang berkomitmen, berdisiplin sampai pada pengorbanan pribadi. Apa yang dirancang tetapi tidak diimplementasikan tidak akan berguna, keberhasilan strategi yang dijalankan tergantung pada kemampuan manajer sumber daya manusia untuk memotivasinya.

Terdapat tiga tahap dalam implementasi strategi untuk mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam suatu tindakan menurut J David Hunger dan Thomas L. Wheelen yaitu mengembangkan program, anggaran, dan prosedur. Tujuan adanya program dibuat adalah untuk membuat strategi dapat dilaksanakan dalam suatu tindakan (action oriented). Setelah semua program yang dibutuhkan disusun, saatnya untuk mulai membuat anggaran. Kemudian tahapan dalam merencanakan anggaran merupakan pengecekan terakhir pihak manajemen terhadap kelayakan strategi yang dipilihnya. Dengan memperkirakan biaya yang harus dikeluarkan untuk mengimplementasi sebuah program, hal tersebut dapat menjadi petunjuk bagaimana hal yang sering terjadi seperti strategi yang

tampaknya akan ideal ternyata cacat atau betul-betul tidak dapat dijalankan. Proses mendesain dan menyusun anggaran program akan mengarahkan kepada pengembangan prosedur standar operasional (Standard operating procedures /SOP). SOP berisi rincian berbagai aktivitas yang dibutuhkan dalam menyelesaikan sebuah program (Hunger, et al., 2003: 300-301).

b. *Fundraising* Digital

Fundraising merupakan kegiatan menghimpun dana zakat dari masyarakat. *Fundraising* merupakan pengumpulan dana individu dan kelompok yang bersumber dari masyarakat dan pada akhirnya dana yang terkumpul akan dialokasikan untuk merealisasikan kegiatan dan program lembaga (Zaimah, 2017: 285-316).

Fundraising juga dilihat sebagai langkah untuk mendorong individu dan kelompok untuk berpartisipasi berbuat baik untuk mempromosikan dana atau hal lain yang bermanfaat bagi mereka yang membutuhkan. Proses *fundraising* dapat dilakukan dengan menginformasikan, mengingatkan, memotivasi, mengajak, termasuk penguatan jika diperbolehkan. *Fundraising* terkait erat hubungannya antara individu, organisasi atau pemerintah untuk memotivasi dan menginspirasi semua orang untuk mengembangkan pemahaman dan kasih sayang kepada orang lain (Marwing, 2015: 5).

Digital adalah sistem komputer yang sangat cepat yang memproses semua jenis informasi sebagai nilai numerik. Jadi

fundraising digital adalah proses penggalangan dana yang menggunakan teknologi digital sebagai alat yang digunakan untuk membantu dan mempermudah penggalangan dana dari masyarakat.

Kegiatan *fundraising* biasanya berupa proses edukasi, sosialisasi dan promosi oleh suatu divisi untuk berbagi informasi agar muzakki atau calon muzakki mengetahui pelaksanaan program atau hal-hal yang erat kaitannya dengan tata kerja suatu lembaga (Rohim, 2015: 4).

c. Metode *Fundraising*

Ada beberapa teknik dan metode kegiatan *fundraising* yang bisa dilakukan. Metode tersebut terbagi menjadi dua jenis yaitu metode langsung (*direct fundraising*) dan metode tidak langsung (*indirect fundraising*).

1) Metode *Fundraising* Langsung (*direct*).

Proses ini melibatkan muzakki secara langsung. Pelaksanaan interaksi dan daya akomodasi dapat direspon oleh muzakki secara langsung. Metode ini dapat digunakan oleh lembaga zakat seperti *email*, *telefundraising*, presentasi langsung, surat langsung atau lainnya.

2) Metode *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect*).

Muzakki tidak terlibat langsung dalam proses ini, karena metode ini merupakan proses untuk pembentukan citra lembaga. Proses ini dapat dilakukan melalui promos misalnya melalui media sosial,

referral, penyelenggaraan *event*, *image campaign*, *advertising*, melalui perantara, menjalin relasi, tokoh perantara dan sebagainya. (Ridwan, 2016: 301).

d. Pengertian dan Dasar Hukum Zakat

Zakat secara etimologi berasal dari bahasa arab yakni *al-zakah*. *Al-zakah* merupakan bentuk masdar dari kata asal *zaka*. Kata *al-zakah* memiliki beberapa makna yaitu *al-thaharah* (bersih), *al-ziyadah* (bertambah), *al-nuwuw* (tumbuh), *al-barakah* (berkah), *al-madh* (pujian), dan *al-shulh* (baik) (Mutmainnah, 2020: 2). Kata zakat berarti “yang membersihkan dan menumpuk”, baik itu berasal dari matahari, bulan, bintang, awan yang membawa hujan, angin yang menggerakkan awan, dan segala karunia dari Allah Swt. untuk seluruh umat manusia. Apapun jenis harta atau bendanya, selama didapatkan dengan cara yang halal dan baik serta mencapai nisab, maka wajib dikeluarkan zakatnya (Rosadi, 2019: 10).

Zakat merupakan salah satu elemen dari rukun Islam yang hukumnya wajib dikeluarkan oleh seseorang apabila telah memenuhi kriteria. Perintah menghimpun dana zakat termaktub dalam firman Allah Swt. dalam surat At-Taubah ayat 103 yang berbunyi:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ
إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ١٠٣

“Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka.

Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui (Q.S At-Taubah [9]:103)” (Kemenag RI, 2023).

e. Klasifikasi Zakat

Zakat dapat di klasifikasikan menjadi dua macam yaitu zakat fitrah dan zakat mal.

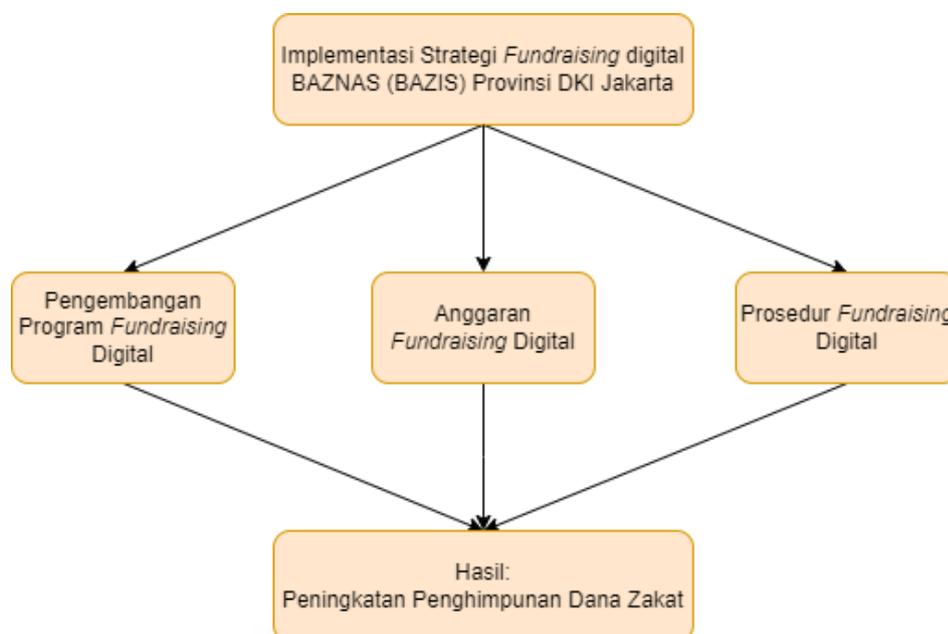
- 1) Zakat fitrah merupakan zakat yang diwajibkannya karena berbuka pada bulan Ramadhan. Zakat fitrah merupakan zakat yang dibayarkan oleh umat Islam di akhir bulan Ramadhan. Ibnu Qutaibah mengartikan zakat fitrah sebagai zakat jiwa yang diambil dari kata fitrah yang bermakna asal kejadian. Zakat fitrah dapat disebut sebagai zakat puasa atau zakat badan. Ada beberapa syarat dalam menunaikan zakat fitrah yaitu beragama Islam, memiliki kelebihan harta, serta lahir sebelum terbenam matahari. Waktu dalam menunaikan zakat fitrah, waktu mubah yaitu awal sampai akhir ramadhan. Waktu wajib dimulai sejak terbenam matahari pada saat penghabisan ramadhan. Waktu sunah ketika selesai shalat subuh dan sebelum pergi shalat Ied. Waktu makruh ketika sesudah shalat Ied dan sebelum terbenam matahari. Dan waktu haram ketika matahari sudah terbenam.
- 2) Zakat Mal merupakan zakat harta yang secara zat atau substansinya tidak bertentangan dengan hukum agama. Definisi zakat mal dalam KBBI yaitu zakat yang wajib diberikan karena menyimpan (memiliki) harta (uang, emas, dan sebagainya) yang cukup syarat-syaratnya. Pada pasal 4 ayat 3 UU No. 23 Tahun 2011 disebutkan

bahwa pengetahuan zakat mal yaitu harta yang dimiliki oleh muzaki perseorangan tau badan usaha.

Adapun pembagian zakat mal diantaranya: zakat emas dan perak, zakat perdagangan, zakat peternakan, zakat pertanian, zakat rikaz, zakat pertambangan (Rozalinda, 2016: 248). Undang-Undang No.23 Tahun 2011 pasal 4 ayat 2 menyebutkan bahwa yang termasuk kedalam zakat mal antarlain: Emas, perak dan logam mulia lainnya; uang dan surat berharga lainnya; perniagaan; pertanian, perkebunan, dan kehutanan; peternakan dan perikanan; pertambangan; perindustrian; pendapatan dan jasa (profesi); dan rikaz.

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang akan dijadikan sebagai konsep utama dan landasan penelitian merujuk pada fokus penelitian yang ada. Implementasi strategi *fundraising* digital yang dilakukan oleh BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam upaya penghimpunan dana zakat diharapkan mampu menggali potensi zakat yang ada serta dapat menambah kepercayaan muzakki kepada lembaga pengelola zakat. Merujuk pada pemaparan sebelumnya, secara ilustratif dapat di gambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar1. 1 Kerangka konseptual

(Sumber: Hasil olahan Peneliti pada Bulan Juni 2023)

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat untuk melakukan penelitian yaitu di BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta bertempat di Graha Mental Spiritual Lantai 5, Jalan Awaludin II, Tanah Abang, RT. 02 RW 17, Kb. Melati, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta. Kode Pos 10130. Pemilihan lokasi tersebut dikarenakan BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta merupakan lembaga dakwah yang menjadi ranah jurusan Manajemen Dakwah (MD), kemudian disana yang menjadi kantor pusat pengelolaan zakat Provinsi DKI Jakarta. BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta telah melakukan penghimpunan

dana zakat dengan menggunakan media digital sehingga memungkinkan tersedianya data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

2. Paradigma dan Pendekatan

Harmon berpendapat bahwa paradigma merupakan kaidah mendasar untuk melakukan penilaian, persepsi, berpikir dan melakukan sesuatu secara khusus tentang realitas (Moleong, 2004: 49). Paradigma juga bisa diartikan sebagai suatu konsep, aturan-aturan, kaidah-kaidah, dan metode yang dijadikan kerangka kerja dalam melaksanakan sebuah penelitian. Paradigma penelitian mempunyai tiga varian diantaranya positivisme, interpretif dan kritis (Muslim, 2018: 78).

Kajian ini menggunakan paradigma interpretif karena berusaha mencari penjelasan atas berbagai peristiwa sosial atau budaya berdasarkan perspektif dan pengalaman masyarakat yang diteliti. Pendekatan interpretatif diadopsi dari bimbingan praktis. Secara umum, pendekatan interpretatif merupakan sistem sosial yang menjelaskan perilaku secara rinci melalui pengamatan langsung (Newman, 1997: 68).

Paradigma interpretif lebih menekankan pengetahuan daripada hukum dan prosedur standar; setiap gejala atau peristiwa mungkin memiliki arti yang berbeda; Sains bersifat induktif, artinya ia berproses dari pernyataan khusus atau spesifik ke pernyataan umum dan abstrak. Ilmu bersifat idiografis artinya ilmu mengungkap realitas melalui simbol-simbol dalam bentuk deskriptif. Pendekatan interpretatif pada akhirnya melahirkan pendekatan kualitatif (Muslim, 2018: 79).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif karena penelitian ini berlandaskan pada filosofi postpositivisme yang digunakan untuk mempelajari kondisi objek secara alamiah, peneliti sebagai instrumen utama, pengambilan sampel pada sumber data dilakukan dengan cara purposive dan snowball, triangulasi (gabungan) dari teknik pengumpulan, analisis data bersifat induktif dan temuan penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sadiah, 2015: 19).

Pendekatan kualitatif memiliki sebelas ciri diantaranya:

- a. Gunakan latar belakang alami
- b. Menggunakan orang sebagai alat utama
- c. Menggunakan metode kualitatif (observasi, wawancara, atau studi dokumen) untuk mengumpulkan data
- d. Menganalisis data secara induktif
- e. Mengembangkan teori dari bawah ke atas (*grounded theory*)
- f. Analisis data deskriptif
- g. Proses lebih besar daripada hasil
- h. Membatasi masalah penelitian berdasarkan fokus
- i. Menggunakan kriteria tersendiri (seperti triangulasi, pemeriksaan rekan, kerusakan, dan sebagainya) untuk memvalidasi data
- j. Menggunakan desain sementara (yang dapat disesuaikan dengan kenyataan di lapangan)

- k. Sumber data dihasilkan dari negosiasi dan saling menyepakati bersama pada temuan penelitian (Moleong, 2004: 10-13).

3. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu kaidah atau cara berpikir dan mempersiapkan sesuatu dengan sebaik-baiknya (cermat, kritis untuk menemukan fakta, prinsip) untuk melakukan penelitian dan untuk mencapai tujuan penelitian (Sadiah, 2015: 2).

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif mengenai implementasi strategi *fundraising* digital yang dilakukan oleh BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam upaya penghimpunan dana zakat. Metode penelitian deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk memotret atau mengeksplorasi peristiwa sosial yang akan diteliti secara luas, menyeluruh, dan mendalam. Metode ini dimaksudkan untuk menggambarkan secara sistematis fakta, karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat tanpa mencari hubungan, menguji hipotesis, atau membuat prediksi. Proses pengumpulan datanya lebih menekankan pada observasi lapangan, suasana alamiah, mengamati gejala yang terjadi, mencatat, mengkategorikan, dan menghindari pengaruh kehadirannya agar terjaga keaslian dari gejala yang sedang diamati (Sadiah, 2015: 19).

4. Jenis Data dan Sumber Data

Melalui fokus penelitian yang telah dirumuskan maka jenis data dan sumber data perlu ditentukan, digali dan diperoleh dengan baik serta

mampu memiliki kredibilitas dan memenuhi persyaratan sebagai data yang reliabel dan valid.

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu jenis data penelitian kualitatif. Jenis data kualitatif dapat diklasifikasikan sesuai dengan pernyataan yang terdapat pada fokus penelitian berdasarkan hasil analisis, observasi, wawancara dan dokumentasi. Data kualitatif dapat menghasilkan data deskriptif yang berbentuk lisan atau tulisan dari orang ataupun perilaku yang diamati (Wahidin, 2001: 47).

Data penelitian kualitatif umumnya merupakan data lunak berupa kata, kalimat, ungkapan serta tindakan. yang bukan *hard* data berupa angka statistik misalnya dalam penelitian kuantitatif. Data primer dalam penelitian kualitatif adalah perkataan dan tindakan orang atau subjek yang diteliti, diamati atau diwawancarai. Sangat penting untuk merekam data kunci melalui sketsa atau tape recorder, mengambil foto dan merekam video atau film (Nugrahani, 2014: 107).

b. Sumber Data

1) Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang dihasilkan dari informasi spesifik tentang suatu masalah yang sedang diselidiki oleh seorang peneliti (penyedia informasi). Data primer juga merupakan sumber informasi pertama untuk pengumpulan data penelitian. Sumber data utama penelitian ini diperoleh melalui

kegiatan observasi secara langsung ke kantor BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta, Wawancara dengan pihak terkait dan melalui kegiatan dokumentasi.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber informasi penunjang yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti dan bisa diperoleh dari hasil kajian pustaka dan analisis media digital yang dilakukan. Dalam mengembangkan teori-teori yang akan dibahas data sekunder pada penelitian ini di dapatkan dari web resmi BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta, *Annual report*, laman Simpulkebaikan.id, media sosial, Jurnal, buku dan artikel terkait BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta.

5. Informan

Informan menjadi sumber data utama dalam penelitian yang memiliki berbagai informasi. Informan bukan sekadar memberikan tanggapan terhadap masalah yang ditanyakan, akan tetapi senantiasa memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang dia miliki. Sutopo berpendapat bahwa untuk menghadapi narasumber atau informan peneliti harus memiliki sikap lentur, terbuka, dan kritis dalam memahami berbagai informasi penting dan memiliki dampak langsung terhadap kualitas penelitian. Penentuan dan pemanfaatan Informan kunci dan informan tambahan harus dilakukan agar keterangan tentang masalah yang dikaji dapat diperoleh. Kemudian agar informasi yang diperoleh menjadi lebih

lengkap dan beragam maka informan dapat dipilih dalam posisinya dengan berbagai peran yang berbeda yang memungkinkan akses informasi yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan penelitian (Nugrahani, 2014: 111).

Penentuan informan pada penelitian ini yaitu dengan teknik *purposive sampling* (Sampel bertujuan). Patton (1986: 35) berpendapat bahwa *Purposive sampling* adalah sampel yang dipilih berdasarkan berbagai pertimbangan tertentu. Kecenderungan memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan mendalam terkait informasi dan masalah yang diteliti dan dapat dipercaya menjadi sumber data yang baik dan tepat. Kemudian dalam pengumpulan datanya, pilihan informan dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan penelitian dalam memperoleh data.

Teknik *purposive* ini dipandang lebih mampu menangkap integritas dan kedalaman data untuk menghadapi realitas non-singular. Oleh karena itu pemilihan sampel difokuskan pada sumber data yang dianggap memiliki informasi penting yang relevan dengan masalah yang diteliti. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui dan memahami peta sumber data yang tersedia di berbagai peran dan posisi. Karena setiap pekerjaan memiliki kemampuan untuk memberikan informasi untuk mendapatkan data yang berbeda (Nugrahani, 2014: 102).

Informan yang dipilih pada penelitian ini yaitu Bapak Rezallih selaku kepala seksie *marketing* komunikasi dan digital *fundraising* BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dan Roynald Oktavianus, S.Psi.,

selaku *team supporting human resources* atau Staf Sumber Daya Manusia (SDM) BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta.

6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat dan tepat sesuai kebutuhan penelitian maka penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya yaitu:

a. Observasi

Observasi menurut Cartwright adalah suatu proses mengamati, melihat dan merekam perilaku secara sistematis dalam mencapai tujuan tertentu. Observasi memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan perilaku objek dan memahaminya atau bisa juga sekadar mengetahui frekuensi suatu kejadian. Perilaku objek yang tampak itu dapat berupa perilaku yang dapat diamati langsung oleh mata, dapat didengar, diukur dan dihitung (Murdiyanto, 2020: 54).

Teknik observasi intensif digunakan untuk memperoleh data di lokasi penelitian yang bertujuan untuk menemukan data yang sesuai dengan judul, dalam konteks hubungan dan interaksi personal termasuk bentuk tuturan dan tindakan yang mengandung nilai-nilai agama Islam (Sadiah, 2015: 88).

Metode observasi ini dilakukan dengan datang langsung ke Kantor BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta untuk mendapatkan data primer dan sekunder dari BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI

Jakarta. Pengamatan tidak langsung juga dilakukan ketika peneliti menganalisis media digital yang dimilikinya.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode dalam pengumpulan data dengan cara berinteraksi dan berkomunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih meliputi *interviewer* (pewawancara) yang mengajukan berbagai pertanyaan dan *interviewee* (terwawancara) yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara (Murdiyanto, 2020: 59).

Wawancara memiliki tujuan utama untuk memperoleh data yang tepat dan valid dengan memperhatikan teknik-teknik wawancara yang baik dan benar. Pedoman wawancara yang digunakan harus disesuaikan dengan sumber data yang akan digali dan pedoman wawancara bersifat fleksibel sesuai dengan perkembangan data yang terjadi di lapangan namun tetap mengacu pada fokus penelitian yang ada (Sadiah, 2015: 88).

Wawancara pada penelitian ini dilakukan secara sistematis dengan mengacu pada fokus penelitian tentang implementasi strategi *fundraising* digital BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta dalam upaya penghimpunan dana zakat.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi melengkapi teknik observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Proses

pengumpulan data dapat ditemukan melalui dokumen berupa buku, gambar/foto, laporan penelitian, surat, arsip, majalah, surat kabar dan lain-lain. Teknik pengumpulan data yang dilakukan harus dijelaskan secara eksplisit dan disesuaikan dengan sifat, masalah, dan tujuan penelitian. Studi dokumentasi dimulai dengan menghimpun dokumen, mengklasifikasi, menerangkan, mencatat, menafsirkan, dan menghubungkannya dengan fenomena lain yang berhubungan dengan tujuan penelitian (Sadiah.2015: 91).

Sebagian besar informasi, data dan fakta yang didapatkan dicatat dalam dokumentasi. Hakikat dari data tersebut adalah tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga dapat memberikan peluang dalam melakukan penelitian untuk mempelajari peristiwa yang terjadi di masa lalu (Murdiyanto, 2020: 63).

Dokumentasi yang dilakukan di BAZNAS (BAZIS) Provinsi DKI Jakarta membantu dalam pengumpulan data sebagai bahan dalam penelitian ini yakni berupa catatan-catatan, gambar, *annual report*, buku dan lain-lain.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Keabsahan data sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif karena suatu hasil penelitian tidak ada gunanya apabila tidak dapat dipercaya. Prasyarat untuk menggunakan data dan informasi sebagai bahan dalam melakukan penelitian adalah untuk memverifikasi keabsahannya sehingga dapat

dipertimbangkan dan digunakan sebagai titik awal dalam melakukan penarikan kesimpulan.

Teknik penentuan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi dalam menguji keabsahan data diartikan sebagai pemeriksaan dari sumber yang berbeda, menggunakan metode yang berbeda, dan pada waktu yang berbeda. Jadi ada triangulasi sumber, teknik dan waktu. Triangulasi juga dapat dilakukan dengan mempertimbangkan studi dari tim peneliti lain yang bertanggung jawab untuk pengumpulan data (Murdiyanto, 2020: 69).

8. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian terpenting dari metode ilmiah yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian. Data mentah yang terkumpul tidak akan berguna jika tidak dianalisis sesuai dengan fokus penelitian saat ini. Teknik analisis data dilakukan selama penelitian berlangsung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model analisis data interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman.

Miles dan Huberman berpendapat bahwa analisis data model interaktif memiliki tiga komponen, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/verifikasi. Ketiga komponen utama tersebut harus dimasukkan dalam analisis data kualitatif karena selalu perlu membandingkan hubungan dan keterkaitan antara ketiga komponen tersebut guna

menentukan arah isi kesimpulan sebagai hasil akhir penelitian (Nugrahani, 2014: 173).

a. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan melalui proses pemilihan atau pemilihan, pemusatan atau pemusatan, penyederhanaan, dan abstraksi dari segala jenis informasi yang mendukung data penelitian yang diperoleh dan dicatat selama proses data di lapangan. Proses reduksi ini dilakukan terus menerus selama penelitian masih berlangsung, dan pelaksanaannya dimulai ketika peneliti memilih kasus yang akan diteliti. Reduksi data bertujuan untuk menajamkan, mengkategorikan, mengklarifikasi, mengarahkan dan memfokuskan dengan menghilangkan berbagai elemen yang kurang penting serta mengatur dan mengelola data agar penyajian informasi dapat dipahami dengan baik dan tervalidasi.

b. Sajian data atau *Display* data

Penyajian data adalah kumpulan informasi yang digunakan untuk membuat kesimpulan dan mengambil tindakan. Penyajian data ini merupakan kumpulan informasi yang terorganisasi dalam bentuk laporan lengkap dan narasi yang disusun berdasarkan temuan utama reduksi data dan disajikan dengan bahasa yang logis dan sistematis sehingga mudah dipahami.

Sajian data bertujuan untuk menjawab permasalahan penelitian melalui analisis data. Penyajian data juga harus dikemas secara

sistematis agar proses analisis dapat dilakukan dengan tepat, sehingga dapat membantu membentuk hasil penelitian dan menyajikan kesimpulan akhir penelitian.

c. Verifikasi atau Penarikan Simpulan

Kesimpulan adalah kegiatan menafsirkan hasil analisis dan menafsirkan data. Kesimpulan ini hanya satu operasi di seluruh konfigurasi. Hal ini sangat berbeda dengan penarikan kesimpulan dalam penelitian kuantitatif yang melibatkan pengujian hipotesis. Kesimpulan harus diverifikasi selama penelitian sehingga dapat diperhitungkan. Makna yang diperoleh dari data harus selalu diperiksa keaslian dan kelengkapannya untuk memastikan validitasnya (Nugrahani, 2014: 174-177).