

**MOTIVASI PELANGGAN SEDEKAS DALAM BERBELANJA
DI SEDEKAS KOTA SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora
Jurusan Tasawuf dan Psikoterapi

Oleh :

YUSUF ABDULLAH

NIM. I704046045

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2021**

DEKLARASI KEASLIAN

Dengan penuh tanggung jawab dan kejujuran penulis menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian sendiri yang belum pernah atau diterbitkan oleh orang lain guna memperoleh gelar kesarjanaan. Demikian juga bahwa skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain kecuali yang dicantumkan dalam referensi sebagai bahan rujukan.

Demikian deklarasi ini penulis buat dengan sebenarnya.

Semarang, 29 Maret 2021

Penulis



Yusuf Abdullah
NIM. I704046045



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA**

Kampus II Jl. Prof. Dr. Hamka Km.1, Ngaliyan-Semarang Telp. (024) 7601294
Website: www.fuhum.walisongo.ac.id; e-mail: fuhum@walisongo.ac.id

SURAT KETERANGAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B.1352/Un.10.2/D1/ DA.04.09.e/06/2021

Skripsi di bawah ini atas nama:

Nama : **YUSUF ABDULLAH**
NIM : 1704046045
Jurusan/Prodi : Tasawuf dan Psikoterapi
Judul Skripsi : **MOTIVASI PELANGGAN SEDEKAS DALAM BERBELANJA DI SEDEKAS
KOTA SEMARANG**

telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, pada tanggal **22 Juni 2021** dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu ushuluddin dan humaniora.

| NAMA | JABATAN |
|----------------------------------|-------------------|
| 1. Fitriyati, M.Si. | Ketua Sidang |
| 2. Ulin Niam Masruri, M.A. | Sekretaris Sidang |
| 3. Dr. H. Sulaiman, M.Ag. | Penguji I |
| 4. Dr. HM. In'amuzzahidin, M.Ag. | Penguji II |
| 5. Drs. Nidlomun Niam, M.Ag. | Pembimbing |

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai **pengesahan resmi skripsi** dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Semarang, 2 Juli 2021

an. Dekan

Wakil Bidang Akademik dan Kelembagaan



SULAIMAN

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ushuludin dan Humaniora
UIN Walisongo Semarang
di Semarang

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan
sebagaimana mestinya, maka saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Yusuf Abdullah

NIM : I704046045

Jurusan : Tasawuf dan Psikoterapi

Judul Skripsi : **Motivasi Pelanggan Sedekas dalam
Berbelanja di Sedekas Kota Semarang**

Dengan ini telah kami setuju dan mohon agar seger diujikan.
Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Semarang, 29 Maret 2021

Pembimbing Skripsi



Drs. Nidlomu Ni'am, M.Ag

NIP. 19580809 1995031001

ABSTRAK

Sedekas adalah kependekan dari sedekah barang bekas. Konsep sedekah yang diterapkan Sedekas relatif berbeda dibanding yang lain. Sebab bahan utama yang dipilih adalah barang-barang bekas yang masih layak untuk dimanfaatkan. Kemudian barang-barang tersebut akan langsung diberikan atau dikelola dan akan dijual. Hasil dari penjualan tersebut, akan disedekahkan dalam berbagai bentuk kegiatan sosial.

Karena model sedekah yang berbeda dari umumnya, maka persoalan yang akan dicari oleh penulis dalam penelitian ini adalah pertama, bagaimana penerapan sedekah pada kelompok Sedekas Kota Semarang. Kedua, apa yang menjadi motivasi para pelanggan Sedekas untuk berbelanja di Sedekas.

Penulis menggunakan data-data yang bersumber dari data yang berkaitan dengan variabel penelitian, hasil observasi, dokumentasi kegiatan, dan wawancara dengan yang berkaitan dengan subyek penelitian. Karena berfokus pada data yang terjadi di lapangan, penelitian ini bersifat kualitatif atau *field research* (penelitian lapangan) dengan memanfaatkan teknik analisis kualitatif.

Setelah melakukan penelitian, dapat diketahui bahwa model penerapan sedekah pada kelompok Sedekas adalah memanfaatkan kembali barang-barang yang sudah tidak dimanfaatkan dengan cara menjualnya. Hasil dari penjualan tersebut, akan didistribusikan langsung dan disalurkan ke tiga lembaga yang sudah memiliki ikatan kerja sama dengan Sedekas, yaitu Komunitas Muda Berbagai (KMB), Monash Institute Semarang (MIS) dan Lembaga Amil Zakat Infak Sedekah Baiturrahman (LAZIZBA). Adapun Motivasi pelanggan Sedekas dalam berbelanja di Sedekas berbeda. Tiga dari empat responden pelanggan Sedekas memberikan keterangan bahwa motivasi mereka berbelanja di Sedekas dikarenakan harga barang yang sangat murah dan kualitas barang masih sangat bagus, sedangkan satu

responden pelanggan lainnya memiliki tambahan motivasi spiritual berupa amal. Sebab belanja di Sedekas sama dengan beramal sedekah.

Kata Kunci: *Sedekas, Motivasi*

MOTTO

إِنَّ الْمُصَّدِّقِينَ وَالْمُصَدِّقَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضْعَفُ لَهُمْ وَهُمْ أَجْرٌ كَرِيمٌ

“Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah, baik laki-laki maupun perempuan dan meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipat-gandakan (ganjarannya) kepada mereka; dan bagi mereka pahala yang banyak.” (Qs. Al Hadid: 18).

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Keterangan |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Bā' | b | be |
| ت | Tā' | t | te |
| ث | Šā' | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jīm | j | je |
| ح | Hā' | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Khā' | kh | ka dan ha |
| د | Dāl | d | de |
| ذ | Žāl | ž | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Rā' | r | er |
| ز | zai | z | zet |
| س | sīn | s | es |

| | | | |
|----|--------|----|-----------------------------|
| ش | syīn | sy | es dan ye |
| ص | ṣād | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | ḍād | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭā' | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | ẓā' | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain | ‘ | koma terbalik di atas |
| غ | gain | g | ge |
| ف | fā' | f | ef |
| ق | qāf | q | qi |
| ك | kāf | k | ka |
| ل | lām | l | el |
| م | mīm | m | em |
| ن | nūn | n | en |
| و | wāw | w | w |
| هـ | hā' | h | ha |
| ء | hamzah | ﺀ | apostrof |
| ي | yā' | Y | Ye |

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

| | | |
|--------|---------|---------------------|
| متعددة | ditulis | <i>Muta'addidah</i> |
| عدة | ditulis | 'iddah |

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

| | | |
|----------------|---------|--------------------------|
| حكمة | ditulis | <i>ḥikmah</i> |
| علة | ditulis | <i>'illah</i> |
| كرامة الأولياء | ditulis | <i>karāmah al-aulyā'</i> |

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

| | | | |
|--------------|--------|---------|---|
| -----◌̇----- | Fathah | ditulis | A |
| -----◌̣----- | Kasrah | ditulis | i |
| -----◌̤----- | Ḍammah | ditulis | u |

| | | | |
|----------|--------|---------|----------------|
| فَعَلَ | Fathah | ditulis | <i>fa'ala</i> |
| ذُكِرَ | Kasrah | ditulis | <i>ḏukira</i> |
| يَذْهَبُ | Ḍammah | ditulis | <i>yazhabu</i> |

E. Vokal Panjang

| | | |
|-------------------------------|---------|-------------------|
| 1. fathah + alif جاهلية | ditulis | <i>ā</i> |
| | ditulis | <i>jāhiliyyah</i> |
| 2. fathah + ya' mati تنسى | ditulis | <i>ā</i> |
| | ditulis | <i>tansā</i> |
| 3. Kasrah + ya' mati كريم | ditulis | <i>ī</i> |
| | ditulis | <i>karīm</i> |
| 4. Dammah + wawu mati فروض | ditulis | <i>ū</i> |
| | ditulis | <i>furūd</i> |

F. Vokal Rangkap

| | | |
|-------------------------------|---------|-----------------|
| 1. fathah + ya' mati بينكم | ditulis | <i>ai</i> |
| | ditulis | <i>bainakum</i> |
| 2. fathah + wawu mati قول | ditulis | <i>au</i> |
| | ditulis | <i>qaul</i> |

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

| | | |
|---------|---------|------------------------|
| أنتم | ditulis | <i>A'antum</i> |
| أعدت | ditulis | <i>U'iddat</i> |
| لنشكركم | ditulis | <i>La'in syakartum</i> |

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

| | | |
|--------|---------|------------------|
| القرآن | ditulis | <i>Al-Qur'ān</i> |
| القياس | ditulis | <i>Al-Qiyās</i> |

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

| | | |
|-----------|---------|------------------|
| السَّمَاء | ditulis | <i>As-Samā'</i> |
| الشَّمْس | ditulis | <i>Asy-Syams</i> |

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

| | | |
|------------|---------|----------------------|
| ذو الفروض | ditulis | <i>Żawi al-furūd</i> |
| أهل السنّة | ditulis | <i>Ahl as-sunnah</i> |

UCAPAN TERIMA KASIH

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang bahwa segala rahmat, hidayah dan inayah-Nya serta keberkahan nikmat Iman dan Islam, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa terlantunkan kepada Nabi Agung, Nabi Akhir Zaman, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat yang senantiasa mendampingi perjuangan beliau menapaki jalan sukar serta mendaki. Semoga bukan hanya kita yang mengakuinya sebagai Nabi, namun kita juga diakui sebagai umatnya.

Skripsi ini berjudul **Motivasi Pelanggan Sedekas Berbelanja di Sedekas Kota Semarang** disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Yang Terhormat Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag, selaku penanggung jawab penuh terhadap berlangsungnya proses belajar mengajar di lingkungan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Yang Terhormat Dr. H. Hasyim Muhammad, M. Ag, sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang yang telah merestui pembahasan skripsi ini.
3. Ibu Fitriyati, S.Psi., M.Si., Psikolog. Dan Bapak Ulin Ni'am Masruri, Lc., M.A., Ketua dan Sekretaris Jurusan Tasawuf dan Psikoterapi UIN Walisongo

Semarang yang telah bersedia menjadi teman untuk berkonsultasi masalah judul pembahasan ini.

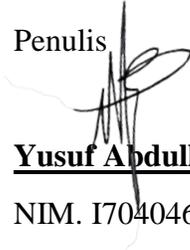
4. Bapak Drs. Nidlomun Ni'am, M.Ag, Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini serta selaku wali dosen yang terus mendukung dan selalu memberikan semangat dan arahan serta bimbingan kepada penulis selama proses studi S.1 ini.
5. Bapak Umar Falahul Alam S.Ag., SS., M.Hum., selaku kepala perpustakaan pusat Universitas dan Bapak Badrul Munir Chair, M.Phil., selaku Kepala Perpustakaan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo yang telah memberikan izin dan layanan perpustakaan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Para Dosen Fakultas Ushuludin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang yang telah membekali berbagai pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi.
7. Abah Dr. Mohammad Nasih M.Si al-Hafidz, dan keluarga, yang selalu memberi motivasi, memberikan ilmu serta dengan penuh kesabaran membimbing dan memberi keteladan kepada kami selama ini.
8. Keluarga tercinta khususnya bagi kedua orang tua saya, Abi Abrori Rofi'ie dan Umi Sugiarti yang telah membimbing dari kecil senantiasa memberikan cinta dan do'a untuk anak-anaknya, semoga Allah selalu mencurahkan maghfiroh, rahmat dan hidayahnya di dunia dan akhirat kepada beliau berdua. Kedua adik perempuan saya yang selalu memberikan do'a, dukungan dan cinta.
9. Adinda Kurnia Intan Nabila, yang selalu setia menjadi supporter terbaik bagi penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Keluarga besar Monash Institute Semarang, dari angkatan 2011 hingga 2020. Terkhusus teman-teman Monash Institute angkatan 2017.

11. Semua teman seperjuangan, sahabat dan berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, baik dukungan moral maupun material dalam penyusunan skripsi. Semoga Allah membalas kebaikan mereka semua dengan sebaik-baiknya balasan.

Pada akhirnya peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Semarang, 29 Maret 2021

Penulis



Yusuf Abdullah

NIM. I704046045

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| DEKLARASI KEASLIAN | I |
| PENGESAHAN | II |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | III |
| ABSTRAK | IV |
| MOTTO | VI |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN | VII |
| UCAPAN TERIMA KASIH | XII |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan dan manfaat Penelitian | 5 |
| D. Tinjauan Pustaka | 6 |
| E. Metodologi Penelitian | 7 |
| F. Metode Pengumpulan Data | 8 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 9 |
| H. Sistematika Penulisan..... | 10 |
| BAB II | 12 |
| KONSEP SEDEKAH, INFAK, HIBAH, DAN MOTIVASI | 12 |
| A. Sedekah, Infak, dan Hibah | 12 |
| B. Motivasi..... | 20 |
| BAB III | 29 |
| PRAKTEK SEDEKAH DALAM SEDEKAS DAN MOTIVASI PELANGGAN SEDEKAS KOTA SEMARANG | 29 |
| A. Sejarah Terbentuknya Sedekas..... | 29 |
| B. Visi dan Misi Sedekas | 31 |
| C. Struktur Pengurus Sedekas..... | 32 |
| D. Struktur Usaha di Sedekas..... | 32 |

| | |
|---|-----------|
| E. Model Bisnis Sedekas | 36 |
| F. Program Sedekas | 43 |
| G. Omset Bruto Sedekas | 45 |
| H. Hasil Wawancara Pelanggan Sedekas | 46 |
| BAB IV | 51 |
| PENERAPAN SEDEKAH DAN MOTIVASI PELANGGAN SEDEKAS | 51 |
| A. Analisis Penerapan Sedekah dalam Sedekas | 51 |
| B. Analisis Motivasi Pelanggan Sedekas | 56 |
| BAB V | 63 |
| PENUTUP | 63 |
| A. Kesimpulan | 63 |
| B. Saran | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | 65 |
| LAMPIRAN | 69 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sedekah adalah sebuah aktivitas terpuji yang biasanya dilakukan oleh orang yang memiliki harta berlebih dibandingkan orang yang lainnya. Aktivitas ini adalah aktivitas memberikan suatu barang kepada orang yang lebih membutuhkannya. Sedekah juga sering kali diartikan masyarakat sebagai sebuah upaya untuk mendekatkan diri kepada Allah dan berorientasi kepada balasan yang lebih besar di dunia maupun di akhirat. Menurut Ahmad Sangid, B. Ed., M.A., sedekah adalah aktivitas memberi sesuatu yang dilakukan oleh seorang muslim kepada orang yang berhak menerimanya secara sukarela dan ikhlas serta mengharap ridha Allah dan pahala semata.¹

Selain itu, Allah juga menjanjikan banyak sekali *fadlillah* yang akan diberikan jika seseorang melakukan sedekah, Allah akan melipatgandakan hartanya dan memberikan pahala yang banyak. Allah berfirman dalam Qs. Al Hadid ayat 18:

إِنَّ الْمُصَّدِّقِينَ وَالْمُصَدِّقَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُّضْعَفُ لَهُمْ وَلَهُمْ أَجْرٌ كَرِيمٌ

“Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah, baik laki-laki maupun perempuan dan meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipat-gandakan (ganjarannya) kepada mereka; dan bagi mereka pahala yang banyak.” (Qs. Al Hadid: 18).

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ ۗ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

¹ Ahmad Sangid, *Dahsyatnya Sedekah*, Jakarta: Qultum Media, 2008, hlm 25.

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipatgandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.” (Qs. Al Baqarah: 261).

Di dalam Islam, peran sedekah bisa dipandang sebagai peran yang cukup penting. Sebab sedekah bisa diartikan sebagai instrumen dasar dalam penggerak roda perputaran ekonomi, jika barang-barang sedekah dikelola dengan baik.² Sehingga sedekah tidak hanya dipandang sebagai ibadah ritual semata saja, melainkan juga bisa dilihat dari aspek kemanfaatannya dalam kehidupan sosial di masyarakat. Untuk itu diperlukan *re*-pemahaman tentang konsepsi sedekah, sehingga sedekah benar-benar bisa dimanfaatkan sebagai roda penguat ekonomi di masyarakat. Terutama untuk masyarakat kalangan menengah ke bawah. Sebab masih banyak masyarakat kalangan menengah ke bawah yang merasa kurang dalam hal permodalan.

Berdasarkan data yang diliris BPS, angka kemiskinan penduduk di Indonesia masih tinggi. Jumlah penduduk miskin pada bulan Maret 2019 sebesar 25,14 juta jiwa persen. Ada penurunan jumlah dibandingkan bulan September 2018, yaitu sebesar 0,53 juta jiwa dan sebesar 0,80 juta jiwa pada bulan Maret 2019.³ Walaupun angka kemiskinan terus mengalami penurunan,

² Aulia Mumtaza, *Dwilogi Merah Saga: Catatan Cinta dan Perjuangan*, Semarang: Delta indie, t.th, hlm 35

³Badan Pusan Statistik (BPS), *Jumlah penduduk miskin tahun 2019* <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/07/15/1629/persentase-penduduk-miskin-maret-2019-sebesar-9-41-persen.html#:~:text=Persentase%20Penduduk%20Miskin%20Maret%202019%20Sebesar%209%2C41%20Persen.-Unduh%20BRS%20Ini>, Diakses tanggal 10 Juli 2020.

tetap saja untuk jumlah demikian, terhitung cukup tinggi. Oleh karena itu, sedekah adalah jalan keluar yang cukup potensial untuk menangani kemiskinan dengan memberi permodalan bagi masyarakat miskin.

Namun karena mengingat jumlah kemiskinan penduduk di Indonesia cukup tinggi, agak berat rasanya bagi penduduk Indonesia untuk memberikan sedekah dengan menggunakan harta yang mereka cintai. Padahal hal ini merupakan anjuran yang terdapat di dalam al-Qur'an. Allah menjelaskan dalam QS. Al-Baqarah: 267:

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik- baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah: 267)

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ۗ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Artinya: “Tidak akan sampai kepadamu kebajikan yang sempurna, menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan, maka sesungguhnya Allah mengetahuinya”. (QS. Ali Imran: 92).

Oleh karena itu, diperlukan formula baru untuk kemudian sedekah benar-benar bisa dimanfaatkan sebagai penggerak ekonomi masyarakat.

Dalam hal ini penulis menjumpai sebuah kelompok yang bergerak dalam bidang pengelolaan sedekah berbeda dari sekian banyak kelompok yang bergerak di bidang pengelolaan sedekah. Sedekas namanya. Penulis menemukan banyak perbedaan konsep dalam penyelenggaraan pengelolaan sedekah pada kelompok Sedekas dengan kelompok-kelompok lainnya.

Sedekas adalah kepanjangan dari sedekah barang bekas. Kelompok ini bergerak di bidang pengelolaan barang yang disedekahkan. Kelompok ini berkantor di Jl. Simongan No. 69, Bongsari, Kelurahan Ngemplak Simongan, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang, 50148. Ada hal menarik yang membedakan kelompok sedekas dengan kelompok atau organisasi yang mengelola barang-barang sedekah lainnya, di antaranya kelompok ini berkonsentrasi pada pengelolaan barang-barang bekas yang masih layak untuk digunakan, di antaranya ada pakaian, barang elektronik, alat-alat tulis, barang kebutuhan rumah, dan lain-lain.

Sistemnya pun berbeda dari yang biasanya. Jika yang biasanya setelah mendapatkan barang-barang sedekah, langsung diberikan kepada orang yang berhak menerimanya. Beda dengan kelompok Sedekas. Kelompok Sedekas menjual barang-barang bekas tersebut di beberapa titik di kota Semarang. Setelah itu, hasil dari penjualan tersebut baru diberikan kepada beberapa lembaga yang dianggap kredibel dalam mengurus berbagai kebutuhan. Digunakan untuk dana beasiswa dan permodalan usaha kecil-kecilan contohnya. Kelompok ini juga tidak menyediakan plastik. Ketika ada seorang pembeli yang hendak membeli barang di lapak Sedekas, mereka diminta membawa wadah sendiri atau membeli plastik yang terbuat dari singkong dengan harga 1000. Sehingga menjadi penting bagi penulis untuk mengangkat penelitian ini dengan judul “Motivasi Pelanggan Sedekas dalam Berbelanja di Sedekas Kota Semarang”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan sedekah pada kelompok Sedekas Kota Semarang?
2. Apa motivasi pelanggan Sedekas dalam berbelanja di Sedekas Kota Semarang?

C. Tujuan dan manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a) Untuk menganalisis bagaimana penerapan sedekah di Sedekas Kota Semarang.
- b) Untuk mengetahui motivasi pelanggan Sedekas dalam berbelanja di Sedekas Kota Semarang.

2. Manfaat penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

a) Manfaat teoritis

Manfaat secara teoritis penelitian ini yaitu menambah bahan pustaka tentang kajian motivasi dan dapat memperkaya kepustakaan dan pengembangan ilmu sosial keagamaan di Indonesia.

b) Manfaat praktis

1. Manfaat bagi peneliti

Manfaat praktis bagi peneliti adalah sebagai syarat untuk lulus Pendidikan di tingkat sarjana dan mendapatkan gelar S.Ag.

2. Manfaat bagi masyarakat

Manfaat praktis penelitian ini yaitu menunjukkan serta memberikan edukasi terhadap umat Islam untuk terus melakukan inovasi yang baru demi terciptanya masa depan Indonesia yang gemilang dan masyarakat yang maju.

D. Tinjauan Pustaka

Sejauh penelusuran penulis, belum ditemukan penelitian yang berjudul “Motivasi Pelanggan Sedekas dalam Berbelanja di Sedekas Kota Semarang”. Namun, ada beberapa penelitian yang memiliki kesamaan tema. Berikut ini penulis uraikan beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

Pertama, penelitian karya Farha Bisqimah dengan judul “Al-Quran dalam gerakan Sedekas”. Penelitian ini menjelaskan gerakan Sedekas dalam bingkai Al-Quran dan dengan analisis sosiologi pengetahuan. Kesamaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian. Yang menjadi pembeda dengan penelitian ini adalah analisis penerapan sedekah dalam Sedekas dan motivasi pelanggan Sedekas dalam berbelanja di Sedekas.⁴

Kedua, penelitian karya Muh. Furqan Hamka dengan judul “Penyaluran Zakat, Infaq, Sedekah Sebagai Permodalan Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Baznas Provinsi Sul-Sel)”. Penelitian ini menjelaskan bagaimana sistem penyaluran zakat, infaq, dan sedekah kepada para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah sebagai permodalan di Provinsi Sulawesi Selatan. Yang menjadi pembeda dengan penelitian ini adalah objek penelitian.⁵

Ketiga, penelitian karya Kariawan dengan judul “Efektivitas Pengelolaan Dana Zakat Oleh DASI NTB untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kota Mataram. Penelitian ini menjelaskan keefektivan pengelolaan dana zakat pada DASI NTB dalam pemberdaya masyarakat di

⁴ Farha Biqismah, *Al-Quran dalam Gerakan Sedekas di Semarang (Analisis Sosiologi Pengetahuan)*, Tesis, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, 2020.

⁵ Muh. Furqan Hamka, *Penyaluran Zakat, Infaq, Sedekah Sebagai Permodalan Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Baznas Provinsi Sul-Sel)*, Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, 2013.

Kota Mataram faktor apa saja yang menghambat pengelolaan dana zakat. Yang menjadi pembeda objek penelitian.⁶

Keempat, penelitian karya Neneng Nasyitoh dengan judul “Motivasi Masyarakat Jakarta Timur dalam Melakukan Filantropi Agama di Lembaga Bazis Jakarta Timur”. Penelitian ini menjelaskan motivasi masyarakat Jakarta Timur dalam melakukan filantropi agama di Bazis Jakarta Timur. Yang menjadi pembeda dengan penelitian ini adalah objek penelitian.⁷

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan di lapangan dengan menggunakan data yang terjadi di lapangan, yang dilakukan secara sistematis.⁸

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data, yaitu:

a) Sumber Data Primer

Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang bersumber dari data yang berkaitan dengan variable penelitian, hasil observasi, dokumentasi kegiatan, dan wawancara dengan yang berkaitan dengan subyek penelitian. Dalam hal ini, penulis melakukan kerja sama

⁶ Kariawan, *Efektivitas Pengelolaan Dana Zakat Oleh DASI NTB untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kota Mataram*, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Mataram, 2016.

⁷ Neneng Masyitoh, *Motivasi Masyarakat Jakarta Timur dalam Melakukan Filantropi Agama di Lembaga Bazis Jakarta Timur*, Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017

⁸Suharismi Arikunto, *Dasar-Dasar Research*, (Bandung: Tasorto, 1995), hlm. 58.

dengan semua pihak yang berkaitan dengan subyek penelitian, baik berupa para pengurus Sedekas, para donator, para pelanggan, para penerima sedekas, serta lembaga-lembaga yang bekerja sama dengan pihak Sedekas.

b) Sumber Data Sekunder

Selain menggunakan sumber data primer, penulis juga menggunakan sumber data sekunder. Sumber data sekunder berupa buku-buku yang relevan dengan tema penelitian yang akan penulis teliti. Semua buku-buku yang sesuai dengan tema penelitian yang akan dilakukan.

F. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Teknik observasi

Teknik observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data lapangan dengan cara pengamatan terhadap obyek penelitian dan pencacatan secara sistemik.⁹

Observasi ini dilakukan pada saat kegiatan-kegiatan Sedekas diselenggarakan. Penulis akan mengobservasi bagaimana penerapan sedekah dalam Sedekas Kota Semarang.

b. Teknik wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara secara lisan dalam pertemuan antar individu maupun kelompok.¹⁰ Wawancara dalam penelitian ini

⁹ S. Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 158.

¹⁰ Sukardi, *Metodologi Penelitian Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 81.

dilakukan kepada berkecimpung langsung dengan kelompok Sedekas.

Adapun wawancara, pada umumnya dikategorikan menjadi dua macam, yaitu:

1) Wawancara struktur

Wawancara struktur biasa disebut dengan wawancara baku, dan terarah. Di dalam wawancara ini, terdapat susunan pertanyaan yang sudah disiapkan.

2) Wawancara tidak terstruktur

Wawancara tidak terstruktur biasa disebut dengan wawancara mendalam, intensif, dan terbuka.¹¹

c. Teknik dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa dokumen dan rekaman. Dengan teknik ini, penulis akan mendeskripsikan perkembangan kelompok Sedekas di Semarang, sehingga dapat dipahami bagaimana penerapan konsep sedekah pada Sedekas Kota Semarang.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah proses proses dan penyusunan data dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya yang dihasilkan secara sistematis, sehingga dapat dipahami oleh orang lain.¹²

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis kualitatif. Data yang akan digunakan pada penelitian kualitatif

¹¹ Nyoman Kutha Ratna, *Metode Penelitian Kajian Budaya dan Sosial Humaniora pada Umumnya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 230.

¹² Sugiyono, *Metode Pen-elitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet XIX, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 244.

adalah dokumentasi dan wawancara. Data yang akan digunakan pada penelitian kualitatif adalah data yang bersumber dari hasil dokumentasi dan wawancara. Matthew B. dan A. Michael Huberman mengungkapkan bahwa analisis data terdiri dari tiga proses, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.¹³

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I, yaitu pendahuluan. Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang menjadi pijakan agar diperlukan adanya penelitian “Motivasi Pelanggan Sedekas dalam Berbelanja di Sedekas Kota Semarang. Kemudian berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menulis ruusan masalah yang selanjutnya dijadikan sebahai pertanyaan dari penelitian dan dilanjut dengan tujuan serta manfaat penelitian. Penulis juga mencamtumkan kajian pustaka, kerangka teori, jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, fokus penelitian, pengumpulan data, dan teknik analisis data. Dan di akhir bab ini, penulis mencamtumkan sistematika pembahasan yang memuat struktur isi pembahasan dalam penelitian ini.

BAB II, yaitu landasan teori. Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang akan penulis gunakan untuk menguraikan konsep sedekah dan teori motivasi. Bab ini dimaksudkan untuk dijadikan landasan teori yang akan digunakan untuk melakukan penelitian terhadap kelompok Sedekas di Semarang.

¹³ Miles Matthew B. dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif, edisi trj. Tjejep Rohendi Rohadi*, (Jakarta: UPI, 1992), hlm. 16-18.

BAB III, yaitu penyajian data. Bab ini menjabarkan data dan hasil penelitian di lapangan. Data dan hasil tersebut akan menjelaskan gambaran data dan hasil penelitian di lapangan secara umum, baik berupa profil, sejarah, perkembangan, tujuan, dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh kelompok Sedekas, serta hasil wawancara.

BAB IV, yaitu analisis data. Bab ini merupakan analisis data yang menguraikan hasil penelitian dengan landasan teori dan pustaka.

BAB V, yaitu penutup. Bab ini merupakan bab terakhir dari penelitian ini. Bab ini terdiri dari dua sub bab, yakni: kesimpulan dan saran. Kesimpulan menjelaskan temuan penelitian yang menjadi jawaban dari pertanyaan pada bab pendahuluan. Saran adalah kontribusi keilmuan yang berkenaan dengannya dan harus relevan dengan kesimpulan, serta harus disertai argumentasi yang kemudian memberikan saran dalam penelitian ini.

BAB II

KONSEP SEDEKAH, INFAK, HIBAH, DAN MOTIVASI

A. Sedekah, Infak, dan Hibah

1. Sedekah

a. Definisi Sedekah

Sedekah berasal dari bahasa Arab, yaitu: *shadaqa* yang artinya benar. Kemudian kata tersebut diserap ke dalam bahasa Indonesia. Imam Nawawi menjelaskan bahwa yang dimaksud sedekah yang benar adalah menunjukkan kebenaran keimanan seseorang melalui sedekah, baik secara lahir maupun batin. Sebab sedekah adalah aktivitas membenaran dan kebenaran iman seseorang.¹⁴

Sedangkan makna sedekah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pemberian sesuatu kepada orang yang berhak menerimanya atau di dalam konteks ini orang fakir, di luar kewajiban membayar zakat, dan berdasarkan kemampuan pemberi (derma).¹⁵ Di dalam rujukan yang lain, sedekah dapat diartikan dengan aktivitas pemberian sesuatu dengan mengharap ganjaran dari Allah SWT.¹⁶

Selain itu, sedekah juga bisa diartikan dengan aktivitas seorang muslim yang memberikan sesuatu kepada orang berhak menerimanya secara sukarela dengan tanpa dibatasi oleh waktu

¹⁴ Candra Himawan dan Netti Suriana, *Sedekah: Hidup Berkah Rezeki Melimpah*, (Yogyakarta: Pustaka Albana, 2013), hlm. 18

¹⁵ Ana Retnoningsih dan Suharso, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Semarang: CV. Widya Karya. 2006), hlm. 80

¹⁶ Ali bin Muhammad al-Jurjani, *Kitab at-Ta'rifāt*, (Bairut: Maktabah Libanon, 1980) hlm. 138

pelaksanaan dan jumlah nominal, serta senantiasa mengaharap ridha Allah SWT.¹⁷

Dengan demikian, ada tiga hal mendasar agar pemberian bisa dikualifikasikan sebagai sedekah, di antaranya:

- 1) Pemberian yang senantiasa dilandaskan dengan dasar keikhlasan. Dengan tanpa adanya keikhlasan, pemberian seseorang tidak bisa diartikan dengan sedekah. Yang demikian itu hanya bisa diartikan sebagai pemberian saja.
- 2) Pemberian yang dilakukan oleh seorang muslim kepada muslim lainnya. Jika pemberian dilakukan oleh atau untuk non muslim, maka pemberian tersebut tidak bisa digolongkan sebagai sedekah.
- 3) Pemberian yang tidak terikat dengan waktu pelaksanaan dan nominal jumlah yang diberikan.

Dengan demikian, menjadi jelas pengertian dari sedekah. Namun, tampaknya pemahaman masyarakat terkait sedekah dan infak sering kali tumpang tindih, sehingga tidak jarang dianggap sama. Sekilas pengertian sedekah dan infak tidak jauh berbeda, sama-sama memiliki makna memberi. Namun ada titik perbedaan yang membedakan di antara keduanya.

Makna infak jauh lebih sempit dibandingkan sedekah. Infak hanya bisa diartikan sebagai pemberian sesuatu yang bersifat materi, berupa harta misalnya. Sedangkan sedekah dapat diartikan sebagai aktivitas pemberian sesuatu yang bersifat materi dan non materi, berupa harta, jasa, perilaku, dan lain sebagainya. Oleh

¹⁷ Ahmad Sangid, *Dahsyatnya Sedekah*, (Jakarta: Qultum Media, 2008), hlm.

karena itu, dapat dipahami bahwa infak termasuk dalam bagian sedekah.¹⁸

b. Hukum Sedekah

Jika ditinjau segi hukum, pada dasarnya hukum sedekah adalah sunnah. Apabila amalan ini dilakukan, maka yang melakukan akan mendapatkan pahala. Dan apabila amalan ini tidak dilakukan, maka tidak ada dosa baginya. Namun, hukum sedekah bisa saja sewaktu-waktu berubah menjadi wajib atau pun haram.

Sedekah menjadi wajib apabila ada seseorang menjumpai orang yang sedang kelaparan sehingga dapat mengancam jiwanya, sementara dia sedang memiliki kelebihan makanan. Sedangkan sedekah menjadi haram apabila seseorang dengan sengaja dan tahu bahwa sesuatu yang akan dia sedekahkan akan digunakan untuk kemaksiatan.¹⁹

Sedekah lebih utama diberikan kepada kerabat atau saudara terdekat terlebih dahulu sebelum diberikan kepada orang-orang sekitar. Dan sudah seyogianya sedekah diberikan kepada orang-orang yang benar-benar membutuhkan uluran tangan. Dan barang yang lebih utama untuk disedekahkan adalah barang-barang yang berkualitas baik dan dicintai pemiliknya.²⁰

c. Macam-macam Sedekah

Di dalam sebuah riwayat, Rasulullah pernah bersabda:

¹⁸ Fahrur Muis, *Dikejar Rezeki Dari Sedekah*, (Solo: Taqiya Publishing, 2016), hlm 15

¹⁹ Candra Himawan dan Neti Suriana, *Sedekah Hidup Berkah Rezeki Melimpah*, (Yogyakarta: 2013), hlm 26

²⁰ Candra Himawan dan Neti Suriana, *Sedekah Hidup...*, hlm 27

“Barang siapa yang memiliki harta hendaklah ia bersedekah dengan hartanya, dan barang siapa memiliki ilmu hendaklah ia bersedekah dengan ilmunya, dan barang siapa yang memiliki tenaga (kekuatan) hendaklah bersedekah dengan tenaganya.” (HR. Muslim)

Dari riwayat tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa sedekah bisa dilakukan dengan berbagai cara. Adapun caranya antara lain:²¹

1) Sedekah dengan harta

Diutamakan sedekah menggunakan harta, baik harta yang sudah ada maupun yang sedang diusahakan. Islam menganjurkan agar umat islam memiliki harta yang banyak. Dengan harta tersebut, bisa ia gunakan sebagai jalan untuk mendekati diri kepada Allah. Dan kesempatannya untuk bersedekah, jauh lebih besar dibandingkan yang memiliki harta yang kurang.

2) Sedekah dengan ilmu

Di tengah kondisi umat islam yang makin lama makin tertinggal dari umat yang lain, disebabkan budaya pembodohan masih sering dilestarikan, maka perlu adanya peyadaran keadaan ini dengan ilmu yang memadai. Oleh karena itu, orang-orang yang memiliki disiplin keilmuan secara spesifik dan dapat dipertanggungjawabkan, bisa melakukan penyadaran atas pembodohan tersebut dengan ilmu yang ia miliki. Kegiatan penyadaran tersebut, sama halnya dengan mengajarkan ilmu yang dimiliki kepada

²¹ Amirulloh Syarbini, *Sedekah Mahabisnis dengan Allah*, (Jakarta: Qultum Media, 2012), hlm. 21

orang lain. Artinya, ia sedang menyedekahkan ilmunya kepada orang lain.

3) Sedekah dengan tenaga

Jika seseorang tidak memiliki harta atau pun ilmu yang bisa diberikan kepada orang lain, maka jalan terakhir yang bisa ia lakukan adalah memberikan bantuan berupa tenaga. Tenaga tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk kerja bakti, jaga pos ronda, relawan bencana, dan lain-lain.

d. Manfaat sedekah

Sedekah adalah aktivitas mengeluarkan harta yang kemudian diberikan kepada orang yang lebih membutuhkan dan disertai tujuan mendekatkan diri kepada Allah. Selain itu, banyak sekali manfaat yang akan didapatkan dari sedekah. Adapun manfaat dari sedekah dapat dikategori menjadi dua bagian, yaitu: manfaat bagi individu dan masyarakat. Berikut penjelasannya:²²

1) Manfaat bagi individu

- a) Menumbuhkan akhlak yang baik
- b) Menyifati diri dengan akhlak mulia
- c) Berlatih berkorban dan berderma
- d) Sarana meraih keberuntungan

2) Manfaat bagi masyarakat

- a) Sebagai solusi atas permasalahan kemiskinan
- b) Menghidarkan sikap tidak terpuji orang-orang fakir terhadap orang-orang kaya
- c) Menghidarkan kecemburuan sosial

²² Fahrur Muis, *Dikejar Rezeki dari Sedekah*, Solo: Taqiya Publishing, 2016,

Kodrat Alamsyah memberikan simulasi sedekah dalam mendorong perputaran ekonomi dengan penjabaran yang lebih sistematis. Sedekah dalam bentuk bantuan konsumtif yang disalurkan kepada pihak yang lebih membutuhkan akan menambah pendapatan pihak tersebut. Sebab daya beli yang menjadi kebutuhannya akan bertambah juga. Penambahan daya beli tersebut akan berdampak pada peningkatan produksi oleh perusahaan. Dengan begitu, perusahaan akan terus meningkatkan jumlah produksi dan tentu akan menambah jumlah tenaga kerja lebih banyak. Dengan demikian, akan mengurangi jumlah pengangguran.²³

2. Infaq

a. Definisi Infaq

Infaq secara bahasa berasal dari bahasa Arab, yaitu *anfaqa* yang memiliki arti mengeluarkan harta dalam rangka memenuhi suatu kepentingan. Sedangkan secara istilah *syariat*, infaq memiliki arti mengeluarkan sebagian harta dalam rangka memenuhi suatu kebutuhan yang diperintah agama. Infaq dapat dilakukan oleh siapa pun, baik oleh yang memiliki penghasilan rendah maupun tinggi. Sebab infaq berbeda dengan zakat. Infaq tidak ada batas nisabnya.²⁴

Selain itu, infaq juga dapat diartikan sebagai suatu pemberian yang diberikan di luar zakat dan dapat diartikan sebagai tambahan amalan zakat, yang diberikan dari harta seseorang demi kemaslahatan umum dan menolong yang lemah. Di dalam arti

²³ <https://baladena.id/zakat-sebagai-pendorong-multiplier-ekonomi-indonesia/>

²⁴ Muhammad Sanusi, *The Power of Sedekah*, (Yogyakarta : Pustaka Insan Madani, 2009), hlm.12

yang lain, infaq memiliki arti mendermakan harta yang diberikan oleh Allah, dengan semata-mata mengharap ridha Allah SWT.²⁵

Infaq dapat dilakukan kepada siapa saja dan oleh siapa saja. Jika zakat diperuntukkan untuk delapan ashnaf, infaq tidak demikian. Infaq bebas diberikan kepada siapa saja, misal kepada anak yatim, kerabat, dan lain-lain. Infaq juga tidak ditentukan besaran jenis, kadar, dan jumlahnya, serta waktu pelaksanaannya.²⁶

3. Hibah

a. Definisi Hibah

Hibah secara bahasa berasal dari bahasa Arab, yaitu *wahaba*. Dalam kamus al-Munawwir, kata hibah merupakan bentuk *masdar* dari kata *wahaba* yang memiliki arti pemberian.²⁷ Dalam kamus lainnya, al-Munjid, kata hibah berasal dari akar kata *wahaba-yahabu-hibatan*, yang memiliki arti memberi atau pemberian.²⁸ Begitu juga di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hibah memiliki arti pemberian (dengan sukarela) dengan mengalihkan hak atas sesuatu kepada orang lain.²⁹

²⁵ Achmad Arief Budiman, *Good Governance Pada Lembaga ZISWAF (Implementasi Pelibatan Pemangku Kepentingan dalam Pengelolaan ZISWAF)*, Semarang : Lembaga Penelitian IAIN Walisongo Semarang, 2012, hlm. 33

²⁶ Ilmi Makhalul, *Teori Dan Praktik Lembaga Mikro Keuangan syariah*, Yogyakarta : UII Press, 2002, hlm. 69

²⁷ Ahmad Warson, *Munawwir, al-Munawwir versi Arab-Indonesia*, (Surabaya: Pustaka Prgressif, 2007), hlm.

²⁸ Louis Ma'luf, *al-Munjid fi al-Lughah wa A'lam*, (Bairut: Dâr al- Masyriq, 1986, hlm. 567

²⁹ *KBBI Daring*

Kata hibah diambil dari *kalimat* “*hubub ar-rih*” yang memiliki arti hembusan angin. Kata itu dipakai untuk pemberian dan kebajikan kepada orang lain. Dalam *syariat*, hibah akad pemberian yang dilakukan seseorang atas hartanya kepada orang lain, baik yang berwujud harta maupun yang lain. Dapat dikatakan hibah apabila pemberian itu berupa harta yang halal. Apabila pemberian itu berupa barang diharamkan, maka pemberian itu tidak dapat dikatakan dengan hibah.³⁰

Adapun tujuan dari hibah adalah agar harta yang diberikan dapat dimanfaatkan oleh orang yang diberi. Hal ini yang membedakan hibah dengan sedekah atau pun infaq. Sebagai contoh, ada seseorang yang hendak menggelar hajatan, kemudian temannya datang dengan membawa seekor ayam yang akan diberikan kepadanya, maka pemberian itu disebut hibah. Dan hibah bukan tentang hubungan timbal balik, dalam istilah lain, hibah adalah pemberian secara cuma-cuma atau tanpa pamrih.³¹

4. Perbedaan Sedekah, Infaq, dan Hibah

Di dalam pemahaman masyarakat, sering kali makna sedekah, infaq, dan sedekah dianggap sama pemaknaannya. Padahal sebenarnya tidak demikian. Di antara ketiganya, terdapat perbedaan yang mendasar, sehingga dapat dikatakan bahwa ketiganya berbeda.

³⁰ Muhammad Sayyid Sabiq, *Fiqh sunnah Jilid V*, terj. Abu Aulia dan Abu Syauqina (Jakarta: Republika *Penerbit*, 2018) hlm. 413

³¹ Muhammad Shalih bin ‘*Utsaimin*, *Panduan Hibah Wakaf dan Wasiat menurut al-Qur’an dan As-Sunnah*, (Jakarta: Pustaka Imam Syafi’i, 2008) hlm. 105

Secara umum, sedekah, infaq, dan hibah, memiliki satu arti yang sama, yaitu memberi. Namun jika dilihat dari bentuk pemberiannya, sedekah, infaq, dan hibah, berbeda. Sedekah tidak terpaku hanya kepada pemberian yang bersifat materi saja, melainkan terdapat pemberian yang bersifat non materi juga, seperti jasa, perilaku, senyuman, tenaga, dan lain sebagainya. Sedangkan infaq dapat dipahami dengan pemberian yang bersifat materi saja, berupa pemberian harta.³² Sedangkan untuk hibah, terdapat perbedaan pada tujuan dari pemberian. Tujuan pemberian hibah lebih kepada agar barang pemberian tersebut, dapat dimanfaatkan oleh orang yang diberi.³³

B. Motivasi

1. Definisi Motivasi

Motivasi berasal dari kosa kata bahasa Inggris, yaitu *motive*. *Motive* juga berasal dari kata *motion* yang berarti gerakan atau sesuatu yang bergerak.³⁴ Sedangkan menurut Malayu Hasibuan, motivasi berasal dari kosa kata bahasa latin, yaitu *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Dalam konteks ilmu manajemen, motivasi memuat tentang bagaimana cara untuk mengarahkan daya dan upaya

³² Fahrur Muis, Dikejar *Rezeki Dari Sedekah*, (Solo: 2016), hlm 15

³³ Muhammad Shalih bin ‘Utsaimin, *Panduan Hibah Wakaf dan Wasiat menurut al-Qur’an dan As-Sunnah*, (Jakarta: Pustaka Imam Syafi’I, 2008) hlm. 105

³⁴ Bambang Syamsul Arifin, *Psikologi Agama*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2008), hlm. 132

bawahan agar mereka mau melakukan kerja secara produktif, sehingga hasil mencapai target yang sudah ditentukan.³⁵

Haroldz Koontz dan teman-teman mengungkapkan, motif adalah sesuatu kekuatan yang muncul dari dalam diri, sehingga mampu menggerakkan perilaku individu ke arah tujuan tertentu. Begitu juga dengan Sherif. Ia menjelaskan bahwa motif adalah faktor internal yang mengarahkan perilaku kepada tujuan yang memiliki pengaruh terhadap internal, semisal dorongan dan keinginan, kebutuhan yang berasal dari fungsi organisme, dan selera sosial yang berasal dari fungsi-fungsi tersebut.³⁶

Woodwort lebih mengartikan motif sebagai sesuatu yang bisa membuat individu dapat melakukan kegiatan tertentu dan dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Giddens juga mengartikan motif sebagai dorongan yang memberikan energi pada aktivitas manusia sepanjang laluan kognitif atau ke arah pemenuhan kebutuhan. atau ke arah pemenuhan kebutuhan.³⁷

Begitulah beberapa definisi dari sekian banyak ahli yang memiliki pendapat tentang motif. Arah pendapat tentang motif selalu mengarah kepada kebutuhan sebagai suatu dorongan yang menimbulkan motif pada diri seseorang. Dari penjabaran tersebut memiliki arti, dorongan adalah aspek yang memunculkan motif. Kebutuhan memunculkan dorongan dan dorongan memunculkan motif.

³⁵ Malayu SP Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta:Edisi Revisi Bumi Aksara.2012), Hlm.140

³⁶ Sarjanaku, *Pengertian Motivasi Menurut Para Ahli*, <http://www.sarjanaku.com/2012/04/pengertian-motivasi-menurut-para-ahli.html>, diakses pada tanggal 30 Desember 2020, pukul 14.30 WIB

³⁷ Uswah Wardiana, *Psikologi Umum*, (Jakarta : PT Bina Ilmu, 2004), hlm. 140

Maka dapatlah dipahami dua aspek, yaitu aspek munculnya kebutuhan dan aspek munculnya dorongan.³⁸

Selain istilah motif, terdapat istilah lain yang lebih universal dan menunjukkan kepada semua proses pergerakan itu, yaitu motivasi. Motivasi dapat dipahami sebagai yang memunculkan motif, membuat seseorang dapat bergerak dalam rangka memenuhi suatu tujuan, sebab kebutuhannya. Dalam kata lain, motivasi yang menumbuhkan daya gerak orang tersebut.

Berikut beberapa teori yang mencoba menguraikan pengertian dari motivasi. Teori-teori tersebut di antaranya:

Hamidi Bakran menjelaskan di dalam bukunya, bahwa motivasi berasal dari kosa kata bahasa Inggris, yaitu *motivation* yang memiliki arti daya batin, dorongan, (peng) alasan; atau kecenderungan organisme untuk mengerjakan sesuatu; atau kontrol batiniah atas tingkah laku yang direpresentasikan oleh kondisi fisiologi, kepentingan, sikap, minat, aspirasi; atau perilaku yang didasari oleh kebutuhan dan dibimbing ke arah tujuan tertentu yang telah ditetapkan.³⁹

Berelson dan Steiner mengemukakan konsep motivasi yang kemudian dikutip oleh Abdul Mursi, bahwa motivasi adalah kondisi internal seseorang yang mampu menimbulkan kekuatan dan dinamika, sehingga pada akhirnya mampu membentuk pola tingkah individu

³⁸ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta : Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1985), hlm. 141-142

³⁹ Hamidi Bakran & Adz-Dzakiy, *Psikologi Kenabian*, (Yogyakarta: Pustaka al-Furqon, 2007), hlm. 345-372

tersebut.⁴⁰ Ramaliyus mengartikan motivasi dengan dorongan atau rangsangan untuk bertingkah laku.⁴¹

Prof. Dr. Sondang P. Siagian. menjabarkan bahwa motivasi adalah tujuan, sasaran, keinginan, dorongan, harapan, dan intensif. Dari penjabaran ini dapat dinyatakan bahwa motif merupakan keadaan jiwa yang menggerakkan dan mendorong tindak-tanduk seseorang yang berkaitan dengan pencapaian tujuan, baik yang berkaitan dengan tujuan organisasi atau pun tujuan masing-masing individu organisasi yang berkaitan.⁴²

Dari definisi deskripsi beberapa tokoh di atas, dapat diketahui bahwa motivasi merupakan sebuah energi atau dorongan yang didasari oleh kebutuhan, sehingga mampu menggerakkan seseorang untuk mengerjakan sesuatu yang sesuai dengan apa yang ia inginkan.

Kebutuhan yang direspon oleh orang tersebut, muncul sebab adanya dorongan tertentu, dan kebutuhan yang muncul itu, mendorong orang tersebut untuk siap berbuat dalam rangka memenuhi kebutuhan. Keadaan siap berbuat itu, ditunjukkan kepada sebuah tujuan konkret yang dirasa dapat memunculkan rasa kepuasan apabila terpenuhi. Setelah melihat tujuan itu, maka orang tersebut akan berbuat dan berusaha agar tujuan konkret itu dapat tercapai.⁴³

⁴⁰ Abdul Hamid Mursi, *SDM Yang Produktif (Pendekatan Al Quran dan Sains)*. (Jakarta : Gema Insani Press, 1997), Hlm. 91

⁴¹ Ramayulius, *Psikologi Agama*, (Jakarta : Kalam Mulia, 2002), hlm. 79

⁴² Martin Hnadoko, *Motivasi (Daya Penggerak Tingkah Laku)*, (Yogyakarta : Kanisius, 2002), hlm. 51

⁴³ Martin Hnadoko, *Motivasi (Daya Penggerak Tingkah Laku)*,... hlm. 51

2. Macam-macam Motivasi

Menurut Hamidi Bakran, motivasi di dalam diri manusia secara fitrah dikategorikan menjadi tiga macam, yaitu:

a) Motivasi spiritual

Motivasi spiritual adalah motivasi yang berasal dari dorongan fitrah manusia untuk mencukupi kebutuhan ruhaniah.

b) Motivasi fisiologis

Motivasi fisiologis adalah motivasi yang berasal dari dorongan fitrah manusia untuk mencukupi kebutuhan fisik yang bersifat jasmiah, seperti motivasi kelangsungan jenis, memelihara diri, dan lain-lain.

c) Motivasi psikologis

Motivasi psikologis adalah motivasi yang berasal dari dorongan fitrah manusia untuk mencukupi kebutuhannya yang bersifat kejiwaan, seperti agresif, motivasi memiliki sesuatu, dan lain-lain.⁴⁴

3. Motivasi dalam Klasifikasinya

Menurut Abraham Maslow, motivasi diklasifikasi menjadi dua macam, yaitu:

a) Motivasi primer

Motivasi primer adalah motivasi yang didasari oleh kebutuhan yang berada pada hierarki kebutuhan Maslow. Adapun kebutuhannya meliputi kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan akan

⁴⁴ Hamidi Bakran & Adz-Dzakiy, *Psikologi Kenabian*, (Yogyakarta: Pustaka al-Furqon, 2007), hlm. 345-372

memiliki dan kasih sayang, dan kebutuhan akan penghargaan.

b) Motivasi spiritual

Motivasi spiritual adalah motivasi yang didasari oleh kebutuhan berada pada puncak hierarki kebutuhan Maslow, yaitu kebutuhan akan aktualisasi diri. Pada penjelasannya, orang yang mengaktualisasikan dirinya, lebih kepada dorongan metamotivasi. Konsep metamotivasi adalah sebuah motivasi yang menggunakan pendekatan humanistic yang mengakui keberadaan agama.

Seseorang yang berada pada fase ini, akan merasakan pengalaman keagamaan yang amat mendalam. Keadaan individu seseorang akan terlepas dari realitas fisik dan menjadi satu dengan kekuatan yang bersifat trasendental. Fase ini adalah bagian dari kesempurnaan manusia.⁴⁵

4. Peran Motivasi

Menurut Ramayulius, motivasi memiliki beberapa peran di dalam kehidupan keseharian. Setidaknya terdapat empat peran motivasi, di antaranya:

- a) Motivasi berperan sebagai sesuatu yang mendorong manusia dalam mengerjakan sesuatu.
- b) Motivasi berperan sebagai sesuatu yang menyeleksi perbuatan yang dikerjakan oleh manusia.

⁴⁵ Muafi dalam *Pengaruh Motivasi Spiritual Karyawan Terhadap Kinerja Religius: Studi Empiris Di Kawasan Industri Rungkut Surabaya (SIER)*, (Yogyakarta: Jurnal JSB Nomor 8 Vol. 3. Tahun 2003), Hlm 2.

- c) Motivasi berperan sebagai sesuatu yang menentukan arah dan tujuan.
- d) Motivasi berperan sebagai sesuatu yang menguji sikap manusia dalam bertindak. Termasuk tindakan yang berkaitan dengan Tuhan dan sesama manusia.⁴⁶

5. Tingkatan Motivasi

Motivasi yang terdapat di dalam diri manusia memiliki tiga tingkatan, di antaranya:

a) Motivasi hewani

Motivasi hewani adalah motivasi dalam rangka mencukupi kebutuhan hidup, tanpa mempertimbangkan bagaimana cara memperolehnya, bagaimana cara pemanfaatannya, dan bagaimana keadaan sesuatu yang diperolehnya.

b) Motivasi insani

Motivasi insani adalah motivasi yang terdapat dalam diri manusia yang berkaitan dengan hati yang bening, akal yang sehat, dan inderawi yang tajam.

c) Motivasi Rabbani

Motivasi rabbani adalah motivasi yang terdapat di dalam diri manusia yang telah berada di tingkat kesempurnaan diri. Sebab ketaatannya dalam menjalankan perintah dan menjauhi larangannya.⁴⁷

6. Unsur-unsur Motivasi

⁴⁶ Ramayulius, *Psikologi Agama*, (Jakarta : Kalam Mulia, 2002), hlm. 80

⁴⁷ Hamidi Bakran & Adz-Dzakiey, *Psikologi Kenabian*, (Yogyakarta: Pustaka al-Furqon, 2007), hlm. 412-415

Motivasi adalah hal yang kompleks dan meliputi sebuah dorongan, kekuatan, keinginan dalam diri yang membuat seseorang bergerak ke arah tujuan yang hendak dicapai. Selain itu, motivasi juga meliputi kejiwaan, seperti dorongan, kecenderungan yang menyebabkan seseorang timbul perilaku tertentu dalam rangka mencapai sebuah tujuan.

Dari uraian tersebut, beberapa tokoh menjelaskan unsur-unsur motivasi sebagai berikut:

Menurut Sardiman, motivasi terdiri dari tiga unsur penting, berikut di antaranya:

- a. Motivasi dimulai dengan adanya perubahan energi di dalam diri setiap individu manusia. Dengan adanya perkembangan motivasi di dalam diri individu, maka akan mengubah energi di dalam sistem *neurophysiological*. Dan perubahan energi tersebut, akan nampak pada kegiatan fisik manusia.
- b. Kehadiran motivasi ditandai dengan adanya rasa *feeling* afeksi seseorang. Dalam hal ini, motivasi berbanding lurus dengan pembahasan-pembahasan kejiwaan, afeksi, dan emosi yang akan mengarahkan perubahan perilaku manusia.
- c. Motivasi muncul sebab adanya stimulus. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan stimulus adalah tujuan. Walaupun sebenarnya motivasi muncul dari dalam diri manusia, akan tetapi kemunculannya disebabkan adanya

stimulus dari adanya unsur lain, yaitu tujuan. Tujuan itu berkaitan dengan kebutuhan yang dicapai olehnya.⁴⁸

Sedangkan menurut Taufik, motivasi mengandung tiga unsur pokok di dalamnya, di antaranya:

a) Menggerakkan

Menggerakkan dapat diartikan dengan timbulnya kekuatan pada individu. Sebagai contoh, misalnya timbulnya kekuatan dalam mengingat sesuatu, merespon efektif, dan kecondongan dalam mendapatkan kesenangan.

b) Mengarahkan

Motivasi mengarahkan seseorang kepada sebuah tujuan. Dengan begitu, seseorang akan menyiapkan sebuah orientasi tujuan. Dan tingkah laku orang tersebut, akan diarahkan kepada orientasi tujuan tersebut.

c) Menopang tingkah laku manusia

Dalam rangka menopang tingkah laku, lingkungan sekitar haruslah mampu menguatkan (*reinforce*) intensitas, arah dorongan, dan kekuatan diri individu.

⁴⁸ Sardiman, AM, *Interaksi Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), hlm. 73

BAB III

PRAKTEK SEDEKAH DALAM SEDEKAS DAN MOTIVASI PELANGGAN SEDEKAS KOTA SEMARANG

A. Sejarah Terbentuknya Sedekas

Komunitas ini berawal dari sebuah perenungan yang dilakukan oleh beberapa pemuda dan pemudi yang tergabung dalam Komunitas Muda Berbagi (KMB). Komunitas ini merupakan komunitas yang berisikan pemuda yang menekuni di bidang bisnis. Mereka terdiri dari satu ustadz, tiga dewan Pembina, dan lima anggota aktif. Komunitas ini berkantor di Jl. Simongan No. 69, Bongsari, Kelurahan Ngemplak Simongan, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang, 50148. Pada mulanya, perenungan yang dilakukan oleh mereka adalah bagaimana cara untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas beribadah mereka kepada Allah.

Beribadah kepada Allah itu ada dua jalan yang bisa ditempuh, yaitu beribadah langsung kepada Allah dan beribadah kepada sesama manusia. Dalam hal beribadah langsung kepada Allah, bisa ditempuh secara individu dan kolektif. Sedangkan beribadah kepada sesama manusia, lebih pas jika dilakukan secara kolektif, sehingga akan menghasilkan dampak yang signifikan bagi lingkungan sekitar.

Oleh karena itu, dengan keterbatasan mereka yang tidak memiliki kapasitas dan kapabilitas dalam mengakses langsung ilmu-ilmu agama, sehingga tidak memungkinkan bagi mereka untuk menjadi tenaga pengajar ilmu agama. Walaupun demikian, mereka tetap mencoba melihat potensi apa yang bisa mereka lakukan dan berikan dengan kemampuan yang mereka punya. Kemudian mereka memutuskan untuk menempuh jalan beribadah kepada sesama manusia di bidang ekonomi yang bersinggungan dengan bidang sosial.

Bagi mereka, umat islam tidak dituntut untuk menjadi orang alim, tetapi dituntut untuk menjadi orang yang ahli dalam beribadah. Maka, apa pun

yang akan mereka lakukan akan selalu diniati untuk beribadah kepada Allah. Lantas, mereka mulai memilih ibadah di bidang ekonomi yang bersinggungan dengan bidang ekonomi dan dapat dikonsistenkan, maka dipilihlah ibadah sedekah dengan berkonsepkan bisnis. Sebab hal itu sesuai dengan kapasitas dan kapabilitas mereka.

Bisa dikatakan bahwa sedekah berkonsep bisnis merupakan terilang baru. Maka, konsep sedekah ini haruslah berbeda dari konsep sedekah pada umumnya. Lalu muncul inspirasi dari tumpukan barang-barang yang terdapat di rumah dan sudah tidak dimanfaatkan untuk bagaimana caranya agar barang-barang tersebut dapat lebih bermanfaat. Maka muncul ide untuk menjual barang-barang itu. Karena tetap bagaimana pun, bisa jadi pemilik barang-barang itu sudah tidak membutuhkannya, tetapi orang lain sangat membutuhkannya.

Bahan utama yang dipilih adalah barang-barang yang sudah tidak dimanfaatkan atau bekas, maka nama dari komunitas ini adalah Sedekas; sedekah barang bekas. Setelah konsep dari Sedekas sudah dimatangkan, kemudian tinggal bagaimana agar barang-barang bekas itu dapat terjual? Maka dipilihlah cara dengan menjual di titik lokasi yang biasa digunakan untuk mendirikan bazar, yaitu di depan masjid Baiturrahman, Kota Semarang, walaupun hanya ada di hari Ahad. Setelah beberapa kali sukses membuat stand di bazar itu, pemerintah berupaya untuk merelokasi kawasan tersebut. Oleh karena itu, mau-tidak mau, Sedekas harus menggeser titik penjualan ke tiga lokasi, yakni di depan masjid MAJT, pasar Minggu Citarum, dan pasar Minggu jl. WR. Soepratman.

Selain itu, Sedekas tidak hanya menjual barang-barang itu secara luring saja, Sedekas juga melebarkan sayap pemasarannya melalui media daring. Ada pun aplikasi yang dipilih Sedekas untuk mempromosikan penjualannya adalah Shoppe dan Instagram. Hal ini dengan tujuan untuk melatih orang-orang yang bergelut di dalamnya agar mampu memanajemen

bisnis berskala nasional dan secara profesional. Namun untuk saat ini, Sedekas hanya melayani transaksi penjualan secara daring. Sebab kondisi yang belum memungkinkan untuk melakukan penjualan secara luring.

Agama Islam memerintahkan bagi pemeluknya untuk melakukan tolong-menolong dalam kebaikan. Bersebab itu, Sedekas melakukan kolaborasi dalam rangka memperbesar skala bisnis dan menciptakan pengusaha muslim baru dengan bersinergi kepada Monash Institute Semarang (MIS) dan Lembaga Amil Zakat Infak Sedekah Baiturrahman (LAZIZBA).

Namun seiring dengan bergulirnya waktu, nilai Sedekas berubah dari menjual barang-barang bekas, menjadi menjual barang-barang kesayangan. Sebab muncul berbagai persepsi dari beberapa donatur yang dianggap keliru, yaitu menyamakan barang-barang bekas dengan sampah, sehingga terkesan membuang sampah ke Sedekas dan bernilai sedekah. Padahal konsep awalnya tidak demikian. Konsepnya adalah memberi yang terbaik, bukan sampah. Singkatnya, tidak ada satu orang pun yang mau jika diberi sampah. Oleh karena itu, janganlah memberikan sampah kepada orang lain.⁴⁹

B. Visi dan Misi Sedekas

1. Visi

Menggerakkan roda ekonomi dari barang tidak terpakai

Mengelola barang yang tidak terpakai untuk diberdayakan

2. Misi

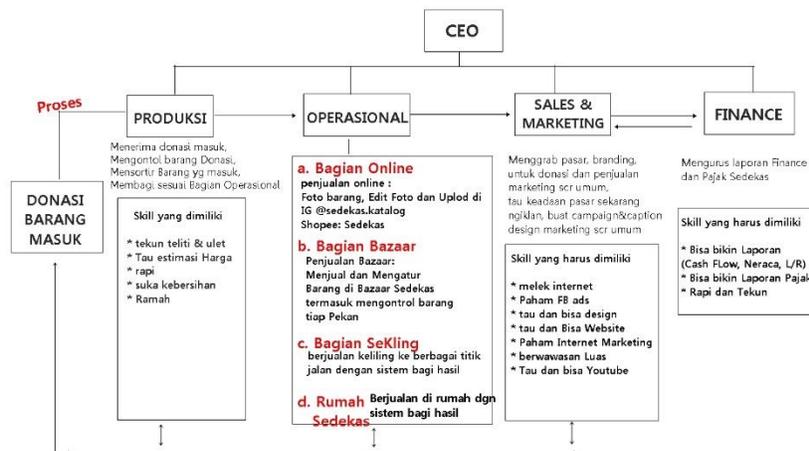
Menggerakkan roda ekonomi baru dengan memanfaatkan pre-loved yang masih layak pakai untuk digunakan kembali sehingga menciptakan gaya hidup sederhana yang tidak boros dan mencintai lingkungan sesuai dengan ajaran Islam

⁴⁹ Wawancara dengan Lia (Tim Sedekas) pada hari Selasa, tanggal 23 Februari 2021, pukul 14.30

C. Struktur Pengurus Sedekas

CEO : Ariesta Aprilia
 Bagian produksi : Kodrat Alamsyah
 Bagian operasional : Amalia Nabila
 Wahyu Labibullah
 Mochammad Faqih
 Bagian penjualan dan pemasaran : Ihsan Hanafi
 Ahmad Muntaha
 Bagian keuangan : Muzaroah
 Lina Yulia Khofifah

D. Struktur Usaha di Sedekas



1. Key Performance Indicators (KPI) Department: Produksi

| No | KPI | Target | Aktual |
|----|---|--------|--------|
| 1 | Kondisi barang donasi baik | | |
| 2 | Kondisi barang donasi tidak layak pakai | | |
| 3 | Tenaga sortir yang dibutuhkan | | |

| | | | |
|---|---|--|--|
| 4 | Jumlah hari yang dibutuhkan untuk sortir barang | | |
| 5 | Tenaga sortir yang tahu harga barang | | |

2. *Key Performance Indicators (KPI) Department: Operasional*

| | No | KPI | Target | Aktual |
|---------------|----|---|--------|--------|
| <i>Online</i> | 1 | Persentase foto barang bekas | | |
| | 2 | Persentase durasi edit foto barang | | |
| | 3 | Persentase mengunggah foto barang ke <i>market place</i> | | |
| | 4 | Keelokan hasil edit foto barang | | |
| Bazar | 5 | Tenaga yang mampu melakukan negoisasi dengan baik | | |
| | 6 | Tenaga yang datang ke bazar tepat waktu | | |
| | 7 | Laporan stan bazar tepat waktu | | |
| | 8 | Rata-rata tenaga yang tidak datang ke bazar | | |
| Sekling | 9 | Rata-rata pertumbuhan hasil penjualan sekling selama satu pekan | | |
| | 10 | Rata-rata titik sekling berjualan | | |
| | 11 | Laporan sekling tepat waktu | | |
| | 12 | Rata-rata jumlah hari sekling berjualan selama satu pekan | | |
| | 13 | Persentase tenaga yang mampu melakukan | | |

| | | | | |
|---------|----|-------------------------------------|--|--|
| Rumah | | negoisasi dengan baik | | |
| Sedekas | 14 | Pertumbuhan hasil penjualan rumahan | | |
| | 15 | Rata-rata penjualan beroperasi | | |

Skill yang harus dimiliki oleh bagian operasional:

a) *Online*

- 1) Bisa mengambil foto dengan bagus
- 2) Bisa mengunggah foto ke *market place*
- 3) Melek teknologi
- 4) Tekun dan rapih

b) Bazar

- 1) Supel dan mampu berkomunikasi dengan baik
- 2) Amanah dan jujur
- 3) Mengetahui harga barang
- 4) Mampu bernegosiasi
- 5) Ramah
- 6) Pantang menyerah
- 7) Teguh dengan pendirian

c) Sekling

- 1) Ramah
- 2) Jujur dan amanah
- 3) Rapi
- 4) Mampu bernegosiasi
- 5) Pantang menyerah
- 6) Mampu berkomunikasi dengan baik
- 7) Pandai mengendarai sepeda motor

d) Rumah Sedekas

- 1) Mampu berkomunikasi dengan baik
- 2) Memiliki tempat untuk barang Sedekas
- 3) Ramah dan supel
- 4) Jujur dan amanah

3. *Key Performance Indicators (KPI) Department: Penjualan dan Pemasaran*

| No | KPI | Target | Realisasi |
|----|--|--------|-----------|
| 1 | Rancangan anggaran bulanan penjualan | | |
| 2 | Rancangan <i>event</i> yang akan diadakan tahun ini | | |
| 3 | Bertanggung jawab atas performa Sedekas di masyarakat | | |
| 4 | Memanaje segala aktivitas website dan akun Instagram Sedekas | | |
| 5 | Melakukan kunjungan dan negoisasi kerja sama dengan pihak eksternal | | |
| 6 | Menjumlah rata-rata yang melakukan kunjungan ke website Sedekas | | |
| 7 | Menjumlah rata-rata yang melakukan kunjungan ke akun Instagram Sedekas | | |
| 8 | Nilai kepuasan pelanggan terhadap penjualan Sedekas | | |
| 9 | Nilai kepuasan donatur yang melakukan donasi di Sedekas | | |

4. *Key Performance Indicators (KPI) Department: Keuangan*

| No | KPI | Target | Realisasi |
|----|--|--------|-----------|
| 1 | Persentase laporan keuangan yang ditunjukkan dengan akurat | | |

| | | | |
|---|---|--|--|
| 2 | Persentase laporan yang ditunjukkan tepat waktu | | |
| 3 | Rata-rata <i>cash flow</i> tiap bulan | | |
| 4 | Rata-rata biaya tiap bulan | | |
| 5 | Pertumbuhan pemasukan | | |

E. Model Bisnis Sedekas

Sedekas adalah badan amil sedekah yang berkonsentrasi pada pemberdayaan umat. Sedekas bergerak melalui jalur perdagangan barang-barang bekas, tentunya yang masih layak pakai. Barang bekas lebih dikenal dengan sebutan barang *preloved* bagi kaum milenial. Istilah *preloved* sedang menjadi trend sejak hadirnya *online shop*. Jika diterjemahkan secara langsung, *preloved* memiliki makna pernah menjadi barang kesayangan.

Pihak yang berpartisipasi dan turut mengapresiasi kegiatan yang diadakan Sedekas, bukanlah orang yang aktif di bidang penanaman modal, melainkan para relawan yang secara sadar dan ikhlas menyumbangkan barang bekas yang mereka punya dalam rangka bersedekah. Barang-barang tersebut, bisa berupa pakaian, elektronik, kendaraan, aksesoris, perabot rumah tangga, dan lain sebagainya. Tentu barang-barang yang disumbangkan adalah barang-barang yang masih layak pakai.

Barang-barang yang disumbangkan tersebut, kemudian dikelola oleh tim Sedekas. Bentuk pengelolaan yang dilakukan oleh tim Sedekas, bisa langsung disedekahkan atau pun dijual terlebih dahulu. Untuk barang-barang yang akan dijual, bisa melalui *online shop* Shoppe atau website Sedekas.com dan bazar Sedekas. Hasil dari penjualan tersebut, 100% keuntungan akan disalurkan dalam bentuk *supporting* kegiatan sosial dan pemberdayaan. Adapun tahapannya sebagai berikut:

1. Pembukaan donasi

Pembukaan donasi barang ini dilakukan secara berkala dan dibatasi dengan batas periode. Sasaran target donatur adalah masyarakat dengan ekonomi menengah ke atas. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan kualitas barang donasi yang akan diterima. Ketika akan memberikan barang donasi, donatur akan berakad sedekah untuk diberikan kepada pihak-pihak yang akan dituju oleh Sedekas.

2. Pengelolaan barang

Setelah pelaksanaan akad, barang akan diterima oleh tim Sedekas dan akan dilakukan sortir, coding, dan pelabelan harga barang. Barang yang dirasa memenuhi standar penjualan, akan diklasifikasikan ke dalam barang yang akan dijual melalui *online shop*. Sedangkan barang yang berada di bawah standar penjualan, akan dijual melalui bazar atau bisa langsung disumbangkan.

Adapun standar kelayakan jual *online shop*, yaitu:

- a) Tidak rusak
- b) Tidak bernoda
- c) Barang memiliki brand
- d) Bernilai lebih dari 50.000

Dalam pengelolaan barang, Sedekas memiliki beberapa program, di antaranya:

a) Bazar

Bazar diadakan setiap akhir pekan pada hari Minggu pagi. Kegiatan ini diselenggarakan di beberapa titik keramaian di sekitar Kota Semarang, seperti di pasar Minggu yang ada di Jl. WR. Soepratman, Jl. Citarum, dan di depan pelataran ruko Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT). Bazar ini diadakan oleh Sedekas yang menjual barang-barang bekas dengan harga yang

sanagt murah, mulai dari yang harga lima ribu rupiah dapat tiga barang, sampai dengan dua puluh ribu rupiah.

Barang yang dijual pun beraneka ragam, seperti sepatu, sandal, seragam sekolah, kemeja, kaos, celana, rok, mukena, gamis, tas, alat tulis, mainan anak-anak, peralatan dapur, dan masih banyak lainnya. Bazar ini biasanya buka dari pukul 06.00 WIB hingga pukul 09.00 WIB. Pemilihan waktu tersebut, didasarkan oleh waktu orang-orang mengunjungi pasar dan melakukan CFD. Hal itu dilakukan agar bazar yang diadakan Sedekas dapat dilirik oleh orang yang berlalu-lalang. Dan dalam pelaksanaannya, masing-masing bazar dijaga oleh dua orang tim Sedekas.

b) *Online shop*

Penjualan sedekas melalui *online shop*, memanfaatkan media sosial Instagram, Shoppe, dan website. Adapun media sosial Instagram, Sedekas memiliki dua akun, yaitu @katalog sedekas dan @sedekas. Postingan Sedekas pada Instagram, tidak hanya yang berkaitan dengan barang yang akan jual, melainkan juga yang berkaitan dengan program Sedekas. Hal ini dilakukan juga sebagai bentuk laporan kepada masyarakat dan secara khusus kepada donatur, bahwa Sedekas adalah lembaga amil sedekah yang bergerak di bidang pemanfaatan barang-barang bekas.

Barang-barang yang diposting di Instagram, Shoppe, dan website, telah melalui beberapa tahapan sebelum muncul di media-media tersebut. Terlebih telah melalui mekanisme foto menarik, dan pelabelan barang yang detil. Respon masyarakat terhadap hasil postingan yang ada di Instagram, cukup bagus. Namun respon masyarakat terhadap postingan

Shopee dan website, kurang bagus, sehingga hasil penjualannya pun berada di bawah hasil penjualan di Instagram.

c) Lelang

Lelang dimulai pada hari Jumat pagi dan diakhiri pada hari Jumat malam, pukul 23.59 WIB. Mekanisme pelelangannya dibuka dengan patokan harga yang telah ditetapkan Sedekas, dan para pelanggan boleh menambah harga dengan patokan kelipatan sepuluh ribu rupiah dari harga awalnya. Sebagai contoh, sepeda lipat dibuka dengan harga seratus ribu rupiah, kemudian pelanggan menambah harga kelipatannya. Bagi pelanggan yang beruntung dengan mematok harga paling tinggi, maka barang akan dikirim oleh tim Sedekas ke alamat pembeli dan barang tersebut akan menjadi hak pembeli.

d) Kemitraan

Program kemitraan ditunjukkan kepada masyarakat umum yang hendak menjadi mitra Sedekas dalam berdagang. Program kemitraan ini diharapkan bekerja sama dengan orang-orang yang kurang mampu dan belum memiliki pekerjaan tetap. Dengan kata lain, program ini dapat membuka lapangan kerja baru. Sistem kemitraan ini dilakukan dengan membuka stan penjualan di rumah masing-masing, dan tentunya telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Keuntungan dari kemitraan ini akan dibagi sebesar 50% untuk kedua belah pihak. Program ini tidak membutuhkan modal uang sepeser pun. Sebab barang-barang yang akan dijual, langsung diberikan oleh pihak Sedekas. Namun sayang program ini belum bisa terealisasi, sebab Sedekas belum

menemukan orang yang tepat dan dapat bertanggung jawab untuk diajak kemitraan.

Purpose: menggerakkan roda ekonomi dengan model baru, yaitu dengan memanfaatkan barang *preloved* yang masih layak pakai untuk kemudian digunakan kembali, sehingga mampu menciptakan gaya hidup sederhana yang hemat, dan cinta terhadap lingkungan, serta sesuai dengan ajaran Islam.

| Masalah | Solusi | Proposisi Nilai Unik | Keunggulan Tidak Adil | Segmen Pelanggan |
|---|---|---|--|---|
| Prilaku konsumtif karena kemudahan akses berbelanja di zaman sekarang | Menjadi wadah yang kredibel yang berfokus dalam memberdayakan barang-barang yang tidak terpakai | Menyediakan barang-barang bekas yang berkualitas baik dan harga terjangkau | Keuntungan disalurkan ke berbagai sektor kegiatan social | Anak-anak muda yang peduli dengan lingkungan |
| Minimnya wadah kredibel yang menampung dan memanfaatkan barang-barang <i>preloved</i> | Mengkampanyekan benefit hidup sederhana yang berdampak pada perbaikan lingkungan Memberdayakan | Mendaur ulang celana jeans menjadi barang baru yang lebih memiliki nilai seni | Barang dan gudang gratis, karena berkolaborasi Tenaga juga banyak, karena | Para pemburu diskon Ibu-ibu yang suka belanja Anak-anak yang melek internet |

| | | | | |
|---|---|--|--|---|
| Merajalelanya <i>fast fashion</i> yang berdampak pada lingkungan | anak-anak muda | | kolaborasi dengan komunitas | |
| Alternatif yang Ada | Metrik Utama | Channels | Segmen Donatur | Struktur Biaya |
| <i>Clothes for charity</i> , saluran, <i>charity store</i> <i>Clothes for charity</i> , sedekah baju, gerakan sosial | Semakin banyak orang yang mendonasikan barangnya, semakin banyak orang yang membeli | Penjualan melalui media sosial Instagram dengan akun @sedekas @sedekas.katalog Penjualan melalui <i>market place E-Commerce</i> Shoppe dengan akun Sedekas Penjualan | Kalangan menengah ke atas Para pemboros Para penimbun barang Pemuda peduli lingkungan | Biaya transportasi Biaya pemasaran dan promosi Biaya operasional Biaya jasa jahit sub merk @my.trashur e |

| | | | | |
|---|---|---------------------------------|-------------------|--|
| | | melalui website sedekas.com | Ibu-ibu sosialita | Biaya reparasi (jika ada barang rusak) |
| | | Penjualan melalui bazar Sedekas | Pemasok barang | |
| Keberlanut n Keuangan | Dampak | | | |
| Donatur | Orang-orang lebih memilih berbelanja barang <i>preloved</i> | | | |
| Penjualan barang melalui bazar daring, @my.trashure | Naiknya indikator <i>key</i> terhadap penjualan barang-barang <i>preloved</i> | | | |
| | Lebih banyak dana yang disalurkan untuk kegiatan sosial | | | |
| | Hidup sederhana | | | |

| | |
|--|---|
| | menjadi <i>life style</i> |
| | Orang-orang lebih menghargai barang dengan tidak menumpuk barang di rumah |

F. Program Sedekas

Hasil dari penjualan barang-barang bekas tersebut, Sedekas menyalurkan ke berbagai program, di antaranya:⁵⁰

1. Sedekah keliling

Program ini menyalurkan hasil penjualan barang-barang bekas dengan cara membagikan paket makanan dan pakaian di sepanjang jalan di Kota Semarang. Sasaran utama dari program ini adalah para gelandangan, pengemis, dan tukang becak yang kebetulan berada di rute pembagian sedekah. Adapun rute pembagian sedekah berawal dari jl. Pamularsi hingga Tugu Muda, Simpang Lima, dan sekitar pasar Johar. Pembagian sedekah ini dilakukan setiap sebulan sekali dan dilaksanakan pada malam hari, dengan tujuan utama dari program ini tepat sasaran. Sebab akan terlihat banyak orang yang tidak memiliki tempat tinggal, akan istirahat di emperan toko dengan alas seadanya.

2. Bekerja sama dengan institusi lain

⁵⁰ Wawancara dengan Amalia Nabila (Tim Sedekas) pada hari Selasa, tanggal 23 Februari 2021, pukul 17.30

Sedekas bekerja sama dengan tiga institusi, yakni Komunitas Muda Berbagi (KMB), Institusi Pendidikan Monash Institute Semarang (MIS), dan Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah masjid Baiturrahman (LAZISBA). Hasil keuntungan dari penjualan disalurkan kepada tiga lembaga tersebut dan kemudian digunakan untuk membuat kegiatan-kegiatan amal. Misal membuat kegiatan pengajian gratis, santunan anak-yatim, beasiswa, bagi-bagi makanan sahur dan takjil untuk para pengguna jalan.

3. Donasi korban bencana

Barang-barang yang diberikan donatur kepada Sedekas, juga disalurkan kepada masyarakat yang sedang ditimpa bencana, seperti banjir, tanah longsor, gempa bumi, dan lain sebagainya. Peyaluran yang disalurkan kepada korban bencana, tidak hanya berupa barang-barang yang diberikan oleh para donatur. Namun juga barang-barang kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh para korban bencana yang didapatkan dari hasil penjualan Sedekas.

4. Belanjain kaum *duafa'*

Program ini adalah program yang terbilang baru. Sebab program ini pertama kali diluncurkan semenjak adanya pandemi di Indonesia. Melalui program ini, Sedekas mengajak para pelanggan untuk ikut berdonasi dalam rangka membantu orang-orang *duafa'* dengan memberikan uang Rp. 19.000. Uang tersebut akan ditukarkan dengan set pakaian, sembako, dan masker non medis.

G. Omset Bruto Sedekas

| Bulan | Bazar Sedekas | Penjualan Online | | | Penjualan Offline |
|-------------|---------------|------------------|--------------|--------------|-------------------|
| | | Web | Shopee | Instagram | |
| Januari | Rp.2.087.500 | Rp.253.500 | Rp.387.500 | Rp.419.500 | Rp.650.000 |
| Februari | Rp.3.022.000 | - | Rp.170.000 | Rp.629.500 | Rp.286.000 |
| Maret | Rp.3.351.000 | - | Rp.175.000 | Rp.270.000 | Rp.670.000 |
| April | Rp.3.206.800 | - | - | Rp.375.000 | Rp.325.500 |
| Mei | Rp.2.343.500 | Rp.207.000 | Rp.192.500 | Rp.460.000 | Rp.1.585.000 |
| Juni | Rp.2.164.000 | | Rp.32.500 | Rp.200.000 | Rp.851.000 |
| Juli | Rp.2.523.000 | - | Rp.15.500 | Rp.510.000 | Rp.645.000 |
| Agustus | Rp.1.998.000 | - | Rp.70.000 | Rp.305.000 | Rp.703.000 |
| September | Rp.2.523.500 | - | - | Rp.541.000 | Rp.830.000 |
| Oktober | Rp.2.885.000 | - | Rp.-160.465 | Rp.684.500 | Rp.599.000 |
| November | 2.740.500 | - | - | Rp.1.079.000 | Rp.738.000 |
| Desember | Rp.1.700.000 | - | Rp.379.507 | Rp.1.204.500 | Rp.847.000 |
| Total | Rp.30.544.800 | Rp.460.500 | Rp.1.582.972 | Rp.6.678.000 | Rp.8.729.500 |
| Total semua | | | | | Rp.47.995.772 |

H. Hasil Wawancara Pelanggan Sedekas

Dikarenakan kondisi Indonesia yang masih dilanda pandemi, maka bazar Sedekas belum bisa diselenggarakan. Oleh karena itu, peneliti menanyakan kepada pengurus Sedekas, barangkali ada pelanggan Sedekas yang masih berbelanja via daring. Dan *alhamdulillah* ternyata ada. Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa responden. Berikut hasil wawancara peneliti:

1. Emi Indah

Emi Indah adalah seorang perempuan kelahiran Pundu yang dilahirkan pada tanggal 30 April 1999. Ia merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Sejak kecil, ia selalu diajarkan arti dari sebuah kemandirian dengan penuh dedikasi dari orang tuanya. Edukasi tentang pentingnya kemandirian, kemudian menjadikannya sebagai seorang gadis yang sangat pandai dalam memanaje keuangan. Dalam hal jajan kebutuhan sehari-hari, ia sangat memilih kebutuhan primer sebagai belanja wajib. Sedangkan kebutuhan sekunder, ia sangat memilah dan memilih dalam membelanjakan kebutuhan ini. Ia selalu memprioritaskan kebutuhan yang sangat mendesak dan pokok dari pada kebutuhan yang bersifat keinginan saja.

Sejak menempuh Pendidikan di tingkat menengah pertama, ia dimasukkan ke dalam sebuah pondok pesantren yang ada di Kota Palu, yaitu pondok pesantren modern Al-Istiqomah Ngatabaru, dan terus berlanjut hingga pendidikan di tingkat menengah ke atas. Pondok pesantren itu terletak di Jl. Padat Karya Ngatabaru, Ngatabaru, Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi, Sulawesi Tengah. Bukan tanpa sebab orang tuanya memasukkannya ke sebuah pondok pesantren, melainkan dalam rangka menjadikannya sebagai perempuan yang mandiri

dan kelak akan dicontoh oleh adiknya. Dan saat ini, ia fokus mengelola sebuah tempat jahit di Semarang.

Terkait dengan Sedekas, ia menuturkan, pertemuannya dengan Sedekas bermula dari pamflet yang dijadikan status Wa oleh temannya. Dan dari sanalah kemudian ia menelusuri, berbelanja, dan hingga akhirnya jadi pelanggan Sedekas.

Bagi dia, Sedekas adalah tempat berbelanja barang-barang bekas yang murah. Kendati demikian, barang-barang yang dijual Sedekas tidak kalah dengan barang-barang baru yang dijual di pasar. Bahkan ia lebih memilih berbelanja di Sedekas, ketimbang berbelanja di pasar. Sebab perbedaan harga yang sangat signifikan. Selain itu, ia juga mengaku puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Sedekas dan barang-barang yang dijual pun *recommended*.⁵¹

2. Lainy Ahsin

Lainy Ahsin Ningsih adalah seorang gadis kelahiran Rembang. Ia dilahirkan pada tanggal 23 April 2000. Ia merupakan mahasiswa aktif di UIN Walisongo Semarang. Sebelum menjadi mahasiswa UIN, ia sekolah di Madrasah Aliyah Mu'llimin Mu'allimat Rembang, sekaligus nyantri di pondok pesantren Al-Irsyad. Dengan latar belakang Pendidikan pesantren itulah kemudian ia meneruskan jenjang Pendidikannya di UIN Walisongo jurusan ilmu falak.

Berkenaan dengan Sedekas, ia menjelaskan pada mulanya ia diajak temannya untuk jalan-jalan keliling Semarang menggunakan motor pada hari Ahad. Ketika sampai

⁵¹ Wawancara dengan Emi Indah (pelanggan Sedekas) pada hari Rabu, tanggal 24 Februari 2021, pukul 13.30

depan masjid MAJT, temannya mematikan mesin motorya dan menghampiri salah satu stan bazar yang ada di sana yang kemudian ia ketahui bernama Sedekas. Dari situlah ia pertama kali tahu tentang Sedekas.

Setiap sebulan sekali, ia rutin ke bazar Sedekas untuk sekadar mengecek barang-barang yang dijual. Apabila ada yang cocok dengannya, maka ia akan membelinya. Begitu aktivitasnya seterusnya. Selain barangnya bagus, harganya sangat terjangkau, sehingga ia pun merasa senang dengan kehadiran Sedekas. Terutama bagi yang masyarakat yang keadaan ekonominya ke bawah.⁵²

3. Khoirun Niam

Khiron Niam. Ia adalah seorang pria yang dilahirkan di Rembang pada tanggal 09 Agustus 1996. Ia merupakan lulusan sarjana UIN Walisongo jurusan Ilmu Al-quran dan Tafsir (IAT). Sejak kecil, ia sangat menyukai hal-hal baru dalam melakukan kebaikan. Salah satunya adalah pendidikan sarjananya. Kendati dahulu ia sekolah di SMK Muhammadiyah Gunem, Rembang, dan tanpa sekali pun merasakan pendidikan di pondok pesantren, ia membebankan diri untuk kuliah di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, UIN Walisongo Semarang.

Pasca lulus dari UIN Walisongo, ia membukan usaha yang bergerak di bidang jasa, yaitu jasa katering makanan. Nama usahanya adalah katering Anasecha. Walau usahanya terbilang baru, namun omset yang dihasilkan dari usaha itu

⁵² Wawancara dengan Lainy Ahsin (pelanggan Sedekas) pada hari Rabu, tanggal 24 Februari 2021, pukul 15.30

sudah cukup banyak. Hal ini dikarenakan dari kesenangannya menyukai hal-hal baru. Dalam hal ini, usaha ini adalah hal baru yang tidak ada hubungannya dengan pendidikan terakhirnya di UIN Walisongo.

Berkaitan dengan Sedekas, ia menuturkan, bahwa ia mengenal Sedekas dari temannya yang juga menjadi pengelola Sedekas. Temannya mempromosikan barang-barang yang ada di Sedekas melalui Wa. Dan ternyata barangnya juga cukup terjangkau dan masih layak pakai.

Selain menjual barang-barang bekas, Sedekas juga memberikan pemahaman bahwa hasil dari penjualan ini, akan dikelola dan dialokasikan untuk membantu orang yang membutuhkan. Dengan kata lain, belanja di Sedekas adalah belanja sambil sedekah. Belanja yang bermuatan amal.

Ia juga mengapresiasi dari gerakan ini dan berbelanja di Sedekas juga memberikan kepuasan tersendiri di dalam batinnya. Sebab di Sedekas selain memanfaatkan barang yang layak untuk diputar kembali, Sedekas juga merupakan badan amal sedekah yang dikemas lebih kreatif dan terhormat.⁵³

4. Ihsan Hanafi

Ihsan Hanafi adalah seorang pemuda kelahiran Pemalang. Pemuda ini dilahirkan pada tanggal 16 November 1997. Ia merupakan salah satu pengurus masjid Baitul Muttaqin, Kembangarum, Semarang Barat. Sebelum hijrah ke Semarang dan bergabung menjadi pengurus masjid tersebut, ia bersekolah di MA Al-Hikmah 2, Benda.

⁵³ Wawancara dengan Khoirun Niam (pelanggan Sedekas) pada hari Jumat, tanggal 26 Februari 2021, pukul 09.30

Berkenaan dengan Sedekas, ia menjelaskan, pertemuannya dengan Sedekas bermula saat ia sedang melakukan perjalanan ke MAJT pada akhir pekan. Sebelum masuk ke dalam MAJT, ia membeli makanan yang ada di bazar depan MAJT. Karena melihat keramaian yang ada di salah satu stan bazar, ia menghampiri dan memfokuskan pandangannya kepada stan tersebut. Ternyata itu adalah stan penjual barang-barang bekas, yang kemudian ia ketahui bernama Sedekas.

Dari bentuk stannya, memang nampak berbeda dari stan kebanyakan, dan penataan barang-barang yang dijual pun terbilang cukup rapih. Sehingga membuat ia mau menjadi pelanggan di Sedekas, walau pada mulanya sebenarnya ia membeli hanya sekadar iseng saja.

Barang-barang yang dijual juga sangat murah dan masih sangat layak. Bagi siapa pun yang habis berbelanja di Sedekas, pasti akan senang. Sebab dengan uang yang sangat minim, ia akan mendapatkan barang-barang yang bagus. Pelayanan yang diberikan tim Sedekas juga ramah. Tidak heran jika stan Sedekas selalu rame didatangi oleh orang yang melewati kawasan ini.⁵⁴

⁵⁴ Wawancara dengan Ihsan Hanafi (pelanggan Sedekas) pada hari Kamis, tanggal 25 Februari 2021, pukul 17.37

BAB IV

PENERAPAN SEDEKAH DAN MOTIVASI PELANGGAN SEDEKAS

A. Analisis Penerapan Sedekah dalam Sedekas

Sedekas adalah sebuah lembaga yang bergerak di bidang pengelolaan barang bekas. Lembaga ini bisa juga dikatakan sebagai badan amil sedekah yang bergerak dalam menerima barang-barang bekas dan masih layak pakai. Barang-barang bekas yang diterima oleh lembaga ini, bisa berupa pakaian, alat-alat tulis, perabotan rumah tangga, perlengkapan sekolah, aksesoris, seperangkat alat olahraga, dan lain sebagainya.

Dasar dari lembaga ini bermula dari perenungan beberapa pemuda dan pemudi yang tergabung dalam Komunitas Muda Berbagi (KMB). Mereka gelisah dengan tumpukan barang-barang yang sudah tidak dimanfaatkan di dalam rumah mereka. Kondisi barang masih bagus dan sangat layak pakai. Kemudian mereka berpikir bagaimana agar barang-barang tersebut, bisa dimanfaatkan kembali. Sebab tumpukan barang-barang yang seperti itu, tidak menutup kemungkinan hanya ada di rumah mereka, melainkan juga ada di setiap rumah.

Jika barang-barang tersebut dibuang, akan menjadi *mubadzir*, tidak akan termanfaatkan, dan bahkan bisa menjadi masalah baru bagi lingkungan. Sebagai contoh, apabila di dalam suatu rumah terdapat lima barang yang sudah tidak termanfaatkan, kemudian pemilik barang tersebut memilih untuk membuangnya, mungkin belum terlihat menjadi masalah bagi lingkungan. Namun bagaimana jika perilaku tersebut, terjadi di dalam satu kecamatan yang terdiri dari tiga ratus rumah, maka tumpukan barang yang sudah tidak terpakai tersebut, akan menjadi sebuah ‘gunung’ sampah yang akan sangat mengganggu keberadaan lingkungan sekitar.

Dan tentu perilaku di atas bisa dikategorikan sebagai perilaku teman-teman setan. Hal ini berangkat dari firman Allah dalam surat al-Isro’ ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Yang artinya: Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.

Oleh karena itulah kemudian mereka mengambil inisiatif untuk membuat sebuah lembaga yang bergerak di bidang pengelolaan barang-barang bekas. Nama Sedekas juga merupakan kependekan dari sedekah barang bekas. Dengan istilah lain, Sedekas adalah sebuah lembaga yang menerapkan konsep Eko-sufisme. Konsep Eko-sufisme adalah konsep tasawuf yang berorientasi pada kesadaran ketuhanan dan lingkungan.⁵⁵ Lembaga ini mengajak kepada seluruh donatur dan pelanggan untuk menjaga lingkungan.

Hal ini semakin nampak pada saat tim Sedekas tidak menyediakan kantong plastik untuk membungkus barang-barang yang akan dibeli pelanggan. Tim Sedekas meminta pelanggan untuk membawa kantong plastik sendiri. Jika tidak membawa kantong plastik, Sedekas menyediakan sebuah wadah yang berbahan dasar singkong. Wadah tersebut dinamakan dengan *telo bag*. Untuk menggungkannya, pelanggan harus merogoh kantong sebesar seribu rupiah. Jika tidak mau merogoh kantong, hanya ada dua pilihan, yaitu membawa kantong plastik sendiri atau barang-barang yang sudah dibeli tidak dibungkus.

Maka dapat dipahami bahwa Sedekas sebuah badan amal sedekah yang mengkhususkan diri dalam penerimaan dan pengelolaan barang-barang bekas untuk kemudian disedekahkan. Adapun bentuk penyaluran barang-barang bekas tersebut, bisa langsung disalurkan kepada orang-orang yang membutuhkannya atau dikelola terlebih dahulu. Bentuk pengelolaannya

⁵⁵ Seyyed Hossein Nasr, *Tiga Mazhab Utama Filsafat Islam*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2014), hlm 135

adalah dengan cara dijual. Hasil keuntungan penjualan barang-barang tersebut, kemudian akan disalurkan dalam bentuk berbagai kegiatan.

Secara teknis, ketika donatur akan menyerahkan barang-barang kepada tim Sedekas, terdapat sebuah kontrak perjanjian yang menekankan bahwa barang-barang tersebut diberikan kepada Sedekas dan akan disalurkan kepada pihak-pihak yang akan dituju oleh Sedekas. Akad ini tentu haruslah jelas, diketahui, dan dipahami oleh kedua belah pihak. Sebab hal ini adalah prinsip dasar yang harus dilakukan seseorang dalam melakukan aktivitas apa pun, terkhusus aktivitas yang berkaitan dengan ibadah *hablun min Allah dan hablun min an-nas*. Sebagaimana hadis nabi yang diriwayatkan oleh Bukhari no 52 berbunyi:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَلِكُلِّ امْرِيٍّ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهِيَ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَتَرَوُّهَا فَهِيَ هِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

Yang artinya: “Amal itu tergantung niatnya, dan seseorang hanya mendapatkan sesuai niatnya. Barang siapa yang hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, dan barang siapa yang hijrahnya karena dunia atau karena wanita yang hendak dinikahinya, maka hijrahnya itu sesuai ke mana ia hijrah”⁵⁶

Setelah kontrak perjanjian dilaksanakan, barulah kemudian barang-barang tersebut akan dikelola oleh tim Sedekas. Dimulai dari tahapan sortir, coding, pelabelan harga barang. Dalam tahapan sortir, barang akan diklasifikasi menjadi dua kategori. Pertama, barang yang akan dijual melalui media *online*, dan kedua, barang yang akan dijual melalui bazar.

⁵⁶ HR. Bukhari no 52

Barang yang akan dijual melalui media *online* memiliki kualitas barang lebih bagus dibandingkan kualitas barang yang akan dijual melalui bazar.

Adapun kriteria kualitas barang yang akan dijual di media *online* didasari oleh :

1. Tidak rusak
2. Tidak bernoda
3. Barang memiliki brand
4. Bernilai lebih dari 50.000

Setelah itu, barang akan dijual melalui media *online* Instagram @sedekas @katalog sedekas, Shoppe, website sedekas.com dan melalui bazar yang diadakan pada setiap hari Minggu di emperan ruk di depan masjid MAJT, pasar Minggu Citarum, dan pasar Minggu jl. WR. Soepratman. Atau bisa juga penjualan melalui program lelang barang dan kemitraan.

Hasil penjualan barang dari beberapa program penjualan di atas, kemudian Sedekas menyalurkan keuntungan sebesar 100% melalui kegiatan sosial yang bersifat pemberdayaan. Seperti misalnya sedekah keliling, bekerja sama dengan institusi lain, donasi korban bencana, dan belanja kaum *duafa*. Pembentukan program-program tersebut berangkat dari kebutuhan para masyarakat sekitar. Oleh karena itulah kemudian muncul program-program di atas.

Peneliti mencoba menghubungkan konsep sedekah yang dibuat oleh Sedekas adalah konsep yang dibuat secara inovatif. Tentu disadari oleh landasan-landasan yang ada di dalam agama Islam, yaitu al-Quran dan Hadis. Dalam surat al-Baqarah ayat 274 yang berbunyi:

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا وَعَلَانِيَةً فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Yang artinya: “Orang-orang yang menginfakkan hartanya malam dan siang hari (secara) sembunyi-sembunyi maupun terang-terangan, mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. Tidak ada rasa takut pada mereka dan mereka tidak bersedih hati.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa infak yang dilakukan di jalan Allah dan dilakukan pada siang atau pun sore, diperbolehkan melakukan secara sembunyi maupun terang-terangan. Dalam konteks ini, apa yang dilakukan oleh Sedekas, mengajak kepada segenap donatur untuk melakukan donasi secara tersembunyi, sehingga pihak yang mendapat bantuan donasi tidak mengetahui siapa yang memberikan bantuan donasi. Oleh karena itulah, Sedekas membuat program pengelolaan barang bekas yang kemudian barang itu akan disalurkan secara langsung atau pun tidak langsung.

Secara prinsipil model sedekah yang diterapkan oleh Sedekas juga tidak menyalahi konsep sedekah secara umum. Setidaknya terdapat tiga prinsip aktivitas seseorang yang dapat dikategorikan ke dalam sedekah, di antaranya sebagai berikut:

1. Pemberian yang didasarkan pada rasa keikhlasan
2. Pemberian yang dilakukan oleh seseorang yang beragama islam
3. Pemberian yang dilakukan tidak terbatas waktu dan jumlah nominal pemberian⁵⁷

Pertama, yang dilakukan oleh semua pihak yang terlibat dalam Sedekas, didasakan oleh rasa ikhlas hanya untuk Allah saja. Dan bila berharap sesuatu, tentu hanya mengharapakan ridho Allah semata. Sebab dengan tanpa didasari rasa ikhlas, amal yang dilakukan tidak dapat diartikan sedekah, melainkan hanya berarti pemberian. Sebab sedekah

⁵⁷ Candra Himawan dan Netti Suriana, *Sedekah: Hidup Berkah Rezeki Melimpah*, (Yogyakarta: Pustaka Albana, 2013), hlm. 18

adalah ibadah yang berorientasi kepada Allah dan dapat dirasakan dampaknya oleh manusia.

Kedua, yang dikerjakan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan yang diadakan oleh Sedekas, meliputi orang yang plural. Semua golongan boleh berpartisipasi dalam kegiatan Sedekas. Namun dalam hal tertentu, diwajibkan beragama islam. Dalam konteks ini, yang dimaksudkan adalah sedekah. Sebab pemberian dapat dimasukkan ke dalam sedekas apabila orang yang melakukannya adalah orang yang beragama islam saja. Sedangkan orang yang tidak beragama islam, hanya dapat dimasukkan ke dalam kategori pemberian saja.

Ketiga, pembukaan donasi barang oleh Sedekas walau dibatasi periode, bukan berarti pembatasan seperti pembatasan pada zakat. Hal ini dilakukan Sedekas untuk memudahkan identifikasi dan pengaturan keluar-masuk barang. Selain itu, donasi yang diberikan kepada Sedekas, tidak dibatasi nominal angka dan jumlah barang. Para donatur bebas memberikan berapa jumlah barang yang akan didonasikan kepada Sedekas.

B. Analisis Motivasi Pelanggan Sedekas

Sedekas adalah sebuah badan amil sedekah yang berfokus pada pengelolaan barang bekas yang masih layak pakai. Bentuk pengelolaannya adalah dengan cara menjual barang-barang bekas yang telah didonasikan ke Sedekas. Barang-barang yang dijual pun beragam, mulai dari seragam sekolah, kaos, celana, kemeja, batik, jaket, rok, gamis, hingga perabotan rumah tangga. Harga barang yang dijual pun cukup terjangkau dan kualitasnya pun masih cukup bagus.

Konsep dari belanja di Sedekas ini, hasil keuntungan penjualan 100% akan disalurkan langsung atau pun melalui beberapa program sosial yang memberdayakan. Jadi dengan melakukan transaksi di Sedekas, sama halnya dengan memberikan donasi untuk orang lain. Sebab model pembelian di

Sedekas sama dengan bersedekah. Oleh karena itu, belanja di Sedekas mendapatkan dua manfaat, pertama, mendapatkan barang yang kita beli. Kedua, mendapat pahala dari bersedekah.

Namun bagaimana dengan motivasi beberapa responden yang peneliti wawancara? Berikut akan peneliti paparkan analisis motivasi beberapa responden sebagai berikut:

1. Emi Indah

Emi Indah menuturkan, Sedekas adalah tempat berbelanja barang-barang bekas yang murah. Kendati demikian, barang-barang yang diajakan Sedekas tidak kalah dengan barang-barang baru yang dijual di pasar. Bahkan ia lebih memilih berbelanja di Sedekas, ketimbang berbelanja di pasar. Sebab perbedaan harga yang sangat signifikan. Selain itu, ia juga mengaku puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Sedekas dan barang-barang yang dijual pun *recommended*.⁵⁸

Dari apa yang disampaikan Emi Indah, dapat diketahui bahwa yang mendorongnya untuk berbelanja di Sedekas adalah harga yang murah dan kualitas barangnya yang tidak kalah dengan kualitas barang baru. Oleh karena itulah, ia lebih memilih berbelanja di Sedekas dibandingkan tempat lain. Selain itu, dapat dilihat bahwa ia merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh tim Sedekas.

2. Lainy Ahsin

Lainy Ahsin menuturkan, setiap sebulan sekali, ia rutin ke bazar Sedekas untuk sekadar mengecek barang-barang yang

⁵⁸ Wawancara dengan *pelanggan Sedekas*, Emi Indah, pada hari Rabu, tanggal 24 Februari 2021, pukul 13.30

dijual. Apabila ada yang cocok dengannya, maka ia akan membelinya. Begitu aktivitasnya seterusnya. Selain barangnya bagus, harganya sangat terjangkau, sehingga ia pun merasa senang dengan kehadiran Sedekas. Terutama bagi yang masyarakat yang keadaan ekonominya ke bawah.⁵⁹

Dari yang disampaikan Lainy Ahsin, dapat diketahui bahwa yang mendorongnya berbelanja di Sedekas adalah barang yang dijual berkualitas bagus dan harganya sangat terjangkau. Oleh karena itulah, ia lebih berbelanja di Sedekas. Selain itu, ia juga merasa senang. Sebab dengan merogok kantong yang tidak begitu dalam, ia telah mendapatkan barang-barang yang bagus.

3. Khoirun Niam

Khoirun Ni'am menuturkan, selain menjual barang-barang bekas, Sedekas juga memberikan pemahaman bahwa hasil dari penjualan ini, akan dikelola dan dialokasikan untuk membantu orang yang membutuhkan. Dengan kata lain, belanja di Sedekas adalah belanja sambil sedekah. Belanja yang bermuatan amal.⁶⁰

Dari yang disampaikan Khoirun Ni'am, dapat diketahui bahwa ada dua hal yang mendorongnya untuk berbelanja di Sedekas. Pertama, belanja di Sedekas bermuatan amal. Kedua, barang yang dijual di Sedekas harganya cukup terjangkau dan masih sangat layak pakai. Oleh karena itulah, ia lebih memilih berbelanja di Sedekas dibanding yang lain. Selain itu, ia juga

⁵⁹ Wawancara dengan *pelanggan Sedekas*, Lainy Ahsin, pada hari Rabu, tanggal 24 Februari 2021, pukul 15.30

⁶⁰ Wawancara dengan *pelanggan Sedekas*, Khoirun Ni'am, pada hari Jumat, tanggal 26 Februari 2021, pukul 09.30

merasa puas dan turut mengapresiasi gerakan yang dibuat tim Sedekas. Sebab gerakan amal yang dilakukan terkesan lebih kreatif dan terhormat.

4. Ihsan Hanafi

Ihsan Hanafi menuturkan, barang-barang yang dijual juga sangat murah dan masih sangat layak. Bagi siapa pun yang habis berbelanja di Sedekas, pasti akan senang. Sebab dengan uang yang sangat minim, ia akan mendapatkan barang-barang yang bagus. Pelayanan yang diberikan tim Sedekas juga ramah. Tidak heran jika stan Sedekas selalu rame didatangi oleh orang yang melewati kawasan ini.⁶¹

Dari yang disampaikan Ihsan Hanafi, dapat diketahui bahwa yang mendorongnya berbelanja di Sedekas adalah harga barang yang dijual sangat murah dan kualitasnya masih sangat layak pakai. Oleh karena itulah, ia lebih memilih berbelanja di Sedekas dibandingkan yang lain. Selain itu, ia merasa senang dengan adanya Sedekas. Sebab dengan *budget* yang minimal, sudah mendapatkan barang-barang yang bagus dan pelayanan tim Sedekas juga ramah.

Dari empat responden yang peneliti wawancara, yaitu Emi Indah, Lainy Ahsin, Khoirun Niam, dan Ihsan Hanafi, dapat dilihat bahwa secara keseluruhan empat responden menyatakan berbelanja di Sedekas dikarenakan harga barang yang murah dan kualitas barang yang bagus. Dan ada satu responden yang menyatakan alasan berbelanja di Sedekas tidak hanya soal harga dan kualitas barang, namun juga soal amal. Satu responden ini adalah Khoirun Niam.

⁶¹ Wawancara dengan *pelanggan Sedekas*, Ihsan Hanafi, pada hari Kamis, tanggal 25 Februari 2021, pukul 17.37

Jika ditarik pada konteks yang membuat mereka berbelanja di Sedekas, tentu pembahasan ini adalah pembahasan yang berkaitan dengan motivasi. Menurut Hamidi Bakran, secara fitrah motivasi dikategorikan menjadi tiga kategori. Berikut di antaranya:

1. Motivasi spiritual
2. Motivasi fisiologis
3. Motivasi psikologis⁶²

Dalam konteks penelitian ini, keempat responden yang peneliti wawancara, yaitu Emi Indah, Lainy Ahsin, Khoirun Niam, dan Ihsan Hanafi, secara keseluruhan bermotivasi fisiologis. Artinya motivasi yang mendorong mereka untuk berbelanja di Sedekas berkaitan dengan kebutuhan fisiologis. Dalam konteks ini ialah kebutuhan mereka terhadap sandang. Kebutuhan mereka terhadap sandang yang menggerakkan mereka untuk melakukan transaksi jual-beli di Sedekas.

Sedangkan satu responden yang memiliki alasan berbelanja di Sedekas tidak hanya berkaitan dengan harga dan kualitas barang, namun berkaitan juga dengan amal, ini menunjukkan adanya unsur motivasi yang lain. Motivasi lain yang dimaksud adalah motivasi yang berkaitan dengan *metamotivation*. Dalam konteks konsep Hamidi Bakran, motivasi ini disebut dengan istilah motivasi spiritual.

Peristiwa ini bisa dilihat lebih detail dengan menggunakan pendekatan teori hierarki Abraham Maslow. Teori hierarki Abraham Maslow menjelaskan kebutuhan tertentu pada seseorang yang mempengaruhi motivasi seseorang dalam bergerak. Hierarki ini dimulai dari yang paling bawah hingga ke atas, yaitu kebutuhan akan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan kasih sayang, kebutuhan akan penghargaan, dan

⁶² Hamidi Bakran & Adz-Dzakiey, *Psikologi Kenabian*, (Yogyakarta: Pustaka al-Furqon, 2007), hlm. 345-372

kebutuhan akan aktualisasi diri. Untuk mencapai kebutuhan tertinggi, seseorang harus memenuhi kebutuhan dari yang paling bawah. Jika kebutuhan paling bawah sudah terpenuhi, kemudian baru bisa menaiki tangga hierarki kebutuhan selanjutnya. Dan begitu juga seterusnya.

Oleh karena itulah, kemudian Maslow mengkategorikan hierarki kebutuhannya menjadi dua, yaitu kebutuhan yang memunculkan motivasi spiritual dan kebutuhan yang memunculkan motivasi primer. Kebutuhan yang memunculkan motivasi spiritual adalah kebutuhan yang berada di puncak hierarki kebutuhan Maslow, yaitu aktualisasi diri. Sedangkan kebutuhan yang memunculkan motivasi primer adalah kebutuhan yang berada pada urutan ke dua hingga urutan akhir hierarki kebutuhan Maslow.⁶³

Untuk, bisa mencapai kepada motivasi spiritual, seseorang diharuskan memenuhi terlebih dahulu yang berkaitan dengan motivasi primer. Dalam hal ini yang dimaksudkan adalah kebutuhan akan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan kasih sayang, dan kebutuhan akan penghargaan. Jika kebutuhan itu telah terpenuhi, barulah kemudian orang itu dapat naik ke kebutuhan selanjutnya, yaitu kebutuhan akan aktualisasi diri. Dari kebutuhan itulah, kemudian memunculkan motivasi spiritual.

Dalam konteks penelitian ini, nampaknya hanya Khoirun Niam sajalah yang telah memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang dapat memunculkan motivasi primer dan berlanjut kepada kebutuhan spiritual. Hal ini dapat dilihat dari salah satu tujuannya berbelaja di Sedekas, yakin terdapat unsur amal di dalamnya. Sedangkan yang tiga reponden lainnya, masih berkuat

⁶³ Muafi dalam *Pengaruh Motivasi Spiritual Karyawan Terhadap Kinerja Religius: Studi Empiris Di Kawasan Industri Rungkut Surabaya (SIER)*, (Yogyakarta: Jurnal JSB Nomor 8 Vol. 3. Tahun 2003), Hlm 2.

pada kebutuhan-kebutuhan dasar yang hanya memunculkan motivasi primer. Hal ini dapat dilihat dari alasan mereka memilih berbelanja di Sedekas, yakni dikarenakan kualitas dan harga barang yang murah.

Dalam kajian literatur tasawuf, Imam Al-Ghazali membagi ikhlas menjadi dua bagian, yaitu ikhlas dalam beramal dan ikhlas dalam memohon pahala kepada Allah. Kemudian Imam Al-Ghazali membagi lagi ikhlas dalam beramal menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Ikhlas dalam beribadah kepada Allah dan bersifat amalan lahiriah.
2. Ikhlas dalam ibadah kepada Allah dan bersifat amalan batinah.
3. Ikhlas dalam ibadah kepada Allah dan bersifat amalan mubah.⁶⁴

Dalam konteks fenomena Sedekas, motivasi pelanggan Sedekas bisa diamati menggunakan pendekatan kajian ikhlas menurut Imam Al-Ghazali. Motivasi yang mendorong Emi Indah, Lainy Ahsin, dan Ihsan Hanafi misalnya, jika diniatkan untuk beribadah kepada Allah, maka motivasi mereka bisa dikategorikan ke dalam ikhlas bagian ketiga, yaitu ikhlas dalam beribadah kepada Allah dan bersifat amalan mubah. Dengan catatan bahwa apa yang mereka kerjakan, diniatkan sebagai bekal untuk menghamba kepada Allah semata, sehingga apa yang mereka kerjakan itu akan membuahkan pahala.

Sedangkan motivasi yang mendorong Khoirun Niam jika diniatkan untuk beribadah kepada Allah, maka motivasi yang mendorongnya bisa dikategorikan ke dalam ikhlas bagian pertama yaitu ikhlas dalam beribadah kepada Allah dan bersifat amalan lahiriah. Dengan catatan bahwa apa yang dia kerjakan diiringi dengan tanpa adanya niat *riya'*, sombong, atau pamer.

⁶⁴ Imam Al-Ghazali, *Minhajul Abidin*, terj. Abul Hiyadl, (Surabaya: CM Grafika, 2009), hlm.986

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penjabaran teori dan keadaan realitas lapangan, serta hasil analisis keduanya, maka dapatlah ditarik kesimpulan mengenai model penerapan sedekah pada kelompok Sedekas dan motivasi pelanggan Sedekas dalam berbelanja di Sedekas Kota Semarang, yaitu:

1. Model penerapan sedekah pada kelompok Sedekas adalah memanfaatkan kembali barang-barang yang sudah tidak dimanfaatkan dengan cara menjualnya. Hasil dari penjualan tersebut, akan didistribusikan langsung dan disalurkan ke tiga lembaga yang sudah memiliki ikatan kerja sama dengan Sedekas, yaitu Komunitas Muda Berbagai (KMB), Monash Institute Semarang (MIS) dan Lembaga Amil Zakat Infak Sedekah Baiturrahman (LAZIZBA). Kemudian akan dibuat kegiatan-kegiatan amal, seperti santunan anak-yatim, beasiswa, bagi-bagi makanan sahur dan takjil untuk para pengguna jalan, dan lain-lain.
2. Motivasi pelanggan Sedekas dalam berbelanja di Sedekas berbeda. Tiga dari empat responden pelanggan Sedekas, yaitu Emi Indah, Lainy Ahsin, dan Ihsan Hanafi, memberikan keterangan bahwa motivasi mereka berbelanja di Sedekas dikarenakan harga barang yang sangat murah dan kualitas barang masih sangat bagus. Hal ini bisa terjadi sebab model jual-beli yang ada di Sedekas sama dengan model jual-beli pada umumnya, sehingga motivasi mereka berbelanja di Sedekas murni karena tertarik dengan harga dan kualitas barang yang dijual di Sedekas.

Sedangkan satu responden pelanggan lainnya, yaitu Khoirun Ni'am, memberikan keterangan bahwa motivasinya berbelanja di Sedekas sama dengan ketiga responden di atas. Namun ada motivasi mendasar yang membedakan Khoirun Ni'am dengan responden lainnya, yaitu terdapat motivasi spiritual berupa amal. Sebab belanja di Sedekas sama dengan beramal sedekah. Maka motivasi yang mendorongnya berbelanja di Sedekas dikarenakan amal sedekah, harga, dan kualitas barang yang dijual di Sedekas.

B. Saran

Berdasarkan pengamatan yang peneliti alami, peneliti yakin bahwa apa yang peneliti lakukan tentulah tidak sempurna. Sebab sejatinya kesempurnaan adalah hanya milik Allah semata. Namun peneliti telah menguapayakan dengan sekuat tenaga dalam proses pembuatan penelitian ini. Tidak lain agar kelak nantinya penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca khalayak umum, terkhusus bagi peneliti, untuk menambah perbendaharaan wawasan keilmuan yang peneliti lakukan.

Walaupun dengan segala keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, peneliti berharap ada pengembangan dari penelitian ini, agar menjadi pembahasan yang komprehensif. Dengan begitu, peneliti berharap adanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca, demi perbaikan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Al-Ghazali, Imam, *Minhajul Abidin*, trj. Abul Hiyadl, Surabaya: CM Grafika, 2009
- Al-Jurjani, Ali bin Muhammad, *Kitab at-Ta'rifāt*, Bairut: Maktabah Libanon, 1980.
- AM, Sardiman, *Interaksi Motivasi Belajar Mengajar*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001.
- Arifin, Bambang Syamsul, *Psikologi Agama*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2008
- Arikunto, Suharismi, *Dasar-Dasar Research*, Bandung: Tasorto, 1995.
- Bakran, Hamidi dan Adz-Dzakiey, *Psikologi Kenabian*, Yogyakarta: Pustaka al-Furqon, 2007.
- Biqismah, Farha, *Al-Quran dalam Gerakan Sedekas di Semarang (Analisis Sosiologi Pengetahuan)*, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, 2020.
- Budiman, Achmad Arief, *Good Governance pada Lembaga ZISWAF (Implementasi Pelibatan Pemangku Kepentingan dalam Pengelolaan ZISWAF)*, Semarang: Lembaga Penelitian IAIN Walisongo, 2012.
- Hamka, Muh. Furqan, *Penyaluran Zakat, Infaq, Sedekah Sebagai Permodalan Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Baznas Provinsi Sulsel)*, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, 2013.
- Handoko, Martin, *Motivasi (Daya Penggerak Tingkah Laku)*, Yogyakarta: Kanisius, 2002.

- Hasibuan, Malayu SP, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Hirmawan, Candra, *Sedekah: Hidup Berkah Rezeki Melimpah*, Yogyakarta: Pustaka Albana, 2013.
- Kariawan, *Efektivitas Pengelolaan Dana Zakat Oleh DASI NTB untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kota Mataram*, IAIN Mataram, 2016.
- Ma'luf, Louis, *al-Munjid fi al-Lughah wa A'lam*, Bairut: Dar al-Masyriq, 1986.
- Makhalul, Ilmi, *Teori dan Praktik Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002.
- Maslow, Abraham, *Motivation and Personality*, terj. Nurul Iman, Bandung: Remaja Kosda Karya, 1993.
- Masyitoh, Neneng, *Motivasi Masyarakat Jakarta Timur dalam Melakukan Filantropi Agama di Lembaga Bazis Jakarta Timur*, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017
- Matthew B, Miles. dan Huberman, A. Michael, *Analisis Data Kualitatif*, edisi trj. Tjejep Rohendi Rohadi, Jakarta: UPI, 1992.
- Muis, Fahrur, *Dikejar Rezeki Dari Sedekah*, Solo: Taqiya: 2016
- Mumtaza, Aulia, *Dwilogi Merah Saga: Catatan Cinta dan Perjuangan*,
- Mursi, Abdul Hamid, *SDM Yang Produktif (Pendekatan Al-Quran dan Sains)*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Ramayulius, *Psikologi Agama*, Jakarta: Kalam Media, 2002.
- S. Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

- Sabiq, Muhammad Sayyid, *Fiqh Sunnah Jilid V*, terj. Abu Aulia dan Abu Syauqina, Jakarta: Republika Penerbit, 2018.
- Sangid, Ahmad, *Dahsyatnya Sedekah*, Jakarta: Qultum Media, 2008.
- Sangid, Ahmad, *Dahsyatnya Sedekah*, Jakarta: Qultum Media, 2008.
- Sanusi, Muhammad, *The Power of Sedekah*, Yogyakarta: Pustaka Insan Media, 2009.
- Shalih bin Utsaimin, Muhammad, *Panduan Hibah Wakaf dan Wasiat Menurut al-Quran dan as-Sunnah*, Jakarta: Pustaka Imam Syafi'i, 2008.
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Kompetensi dan Praktiknya*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Syarbini, Amirulloh, *Sedekah Mahabisnis dengan Allah*, Jakarta: Qultum Media, 2012.
- Walgito, Bimo, *Pegantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1985.
- Wardiana, Uswah, *Psikologi Umum*, Jakarta: PT Bina ilmu, 2004.
- Warson, Ahmad, dan Munawwir, *al-Munawwir Versi Arab-Indonesia*, Surabaya: Pustaka Progresif, 2007.

Sumber Jurnal Ilmiah

- Muafi, Pengaruh Motivasi Spiritual Karyawan Terhadap Kinerja Religius: Studi Empiris Di Kawasan Industri Rungkut Surabaya (SIER)*, Jurnal Siasat Bisnis Vol. 3 No. 8, 2003.

Sumber lain-lain

bps.go.id, diakses pada hari Jumat, tanggal 10 Juli 2020, pukul 10.00 WIB

Dokumen Sedekas dari Tim Sedekas

Wawancara dengan Amalia Nabila (Tim Sedekas) pada hari Selasa, tanggal 23 Februari 2021.

Wawancara dengan Emi Indah (pelanggan Sedekas) pada hari Rabu, tanggal 24 Februari 2021.

Wawancara dengan Ihsan Hanafi (pelanggan Sedekas) pada hari Kamis, tanggal 25 Februari 2021.

Wawancara dengan Khoirun Niam (pelanggan Sedekas) pada hari Jumat, tanggal 26 Februari 2021.

Wawancara dengan Lainy Ahsin (pelanggan Sedekas) pada hari Rabu, tanggal 24 Februari 2021.

Wawancara dengan Lia (Tim Sedekas) pada hari Selasa, tanggal 23 Februari 2021.

baladena.id, diakses pada 15 Desember 2020, pukul 13.00 WIB

sarjanaku.com, diakses pada tanggal 30 Desember 2020, pukul 14.30 WIB

LAMPIRAN

Draft wawancara

A. Wawancara dengan Ariesta Aprilia, CEO Sedekas

1. Bagaimana sejarah Sedekas? Bagaimana ide awalnya?

Komunitas ini berawal dari sebuah perenungan yang dilakukan oleh beberapa pemuda dan pemudi yang tergabung dalam Komunitas Muda Berbagi (KMB). Komunitas ini merupakan komunitas yang berisikan pemuda yang menekuni di bidang bisnis. Mereka terdiri dari satu ustadz, tiga dewan Pembina, dan lima anggota aktif. Komunitas ini berkantor di Jl. Simongan No. 69, Bongsari, Kelurahan Ngemplak Simongan, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang, 50148 Pada mulanya, perenungan yang dilakukan oleh mereka adalah bagaimana cara untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas beribadah mereka kepada Allah.

Beribadah kepada Allah itu ada dua jalan yang bisa ditempuh, yaitu beribadah langsung kepada Allah dan beribadah kepada sesama manusia. Dalam hal beribadah langsung kepada Allah, bisa ditempuh secara individu dan kolektif. Sedangkan beribadah kepada sesama manusia, lebih pas jika dilakukan secara kolektif, sehingga akan menghasilkan dampak yang signifikan bagi lingkungan sekitar.

Oleh karena itu, dengan keterbatasan mereka yang tidak memiliki kapasitas dan kapabilitas dalam mengakses langsung ilmu-ilmu agama, sehingga tidak memungkinkan bagi mereka untuk menjadi tenaga pengajar ilmu agama. Walaupun demikian, mereka tetap mencoba melihat potensi apa yang bisa mereka lakukan dan berikan dengan kemampuan yang mereka punya. Kemudian mereka memutuskan untuk menempuh jalan beribadah kepada sesama manusia di bidang ekonomi yang bersinggungan dengan bidang sosial.

Bagi mereka, umat islam tidak dituntut untuk menjadi orang alim, tetapi dituntut untuk menjadi orang yang ahli dalam beribadah. Maka, apa pun yang akan mereka lakukan akan selalu diniati untuk beribadah kepada Allah. Lantas, mereka mulai memilih ibadah di bidang ekonomi yang bersinggungan dengan bidang ekonomi dan dapat dikonsistenkan, maka dipilihlah ibadah sedekah dengan berkonsepkan bisnis. Sebab hal itu sesuai dengan kapasitas dan kapabilitas mereka.

Bisa dikatakan bahwa sedekah berkonsep bisnis merupakan terilang baru. Maka, konsep sedekah ini haruslah berbeda dari konsep sedekah pada umumnya. Lalu muncul inspirasi dari tumpukan barang-barang yang terdapat di rumah dan sudah tidak dimanfaatkan untuk bagaimana caranya agar barang-barang tersebut dapat lebih bermanfaat. Maka muncul ide untuk menjual barang-barang itu. Karena tetap bagaimana pun, bisa jadi pemilik barang-barang itu sudah tidak membutuhkannya, tetapi orang lain sangat membutuhkannya.

Bahan utama yang dipilih adalah barang-barang yang sudah tidak dimanfaatkan atau bekas, maka nama dari komunitas ini adalah Sedekas; sedekah barang bekas. Setelah konsep dari Sedekas sudah matang, kemudian tinggal bagaimana agar barang-barang bekas itu dapat terjual? Maka dipilihlah cara dengan menjual di titik lokasi yang biasa digunakan untuk mendirikan bazar, yaitu di depan masjid Baiturrahman, Kota Semarang, walaupun hanya ada di hari Ahad. Setelah beberapa kali sukses membuat stand di bazar itu, pemerintah berupaya untuk merelokasi kawasan tersebut. Oleh karena itu, mau-tidak mau, Sedekas harus menggeser titik penjualan ke tiga lokasi, yakni di depan masjid MAJT, pasar Minggu Citarum, dan pasar Minggu jl. WR. Soepratman.

Selain itu, Sedekas tidak hanya menjual barang-barang itu secara luring saja, Sedekas juga melebarkan sayap pemasarannya melalui media daring. Ada pun aplikasi yang dipilih Sedekas untuk mempromosikan

penjualannya adalah Shoppe dan Instagram. Hal ini dengan tujuan untuk melatih orang-orang yang bergelut di dalamnya agar mampu memajemen bisnis berskala nasional dan secara profesional. Namun untuk saat ini, Sedekas hanya melayani transaksi penjualan secara daring. Sebab kondisi yang belum memungkinkan untuk melakukan penjualan secara luring.

Agama islam memerintahkan bagi pemeluknya untuk melakukan tolong-menolong dalam kebaikan. Bersebab itu, Sedekas melakukan kolaborasi dalam rangka memperbesar skala bisnis dan menciptakan pengusaha muslim baru dengan bersinergi kepada Monash Institute Semarang (MIS) dan Lembaga Amil Zakat Infak Sedekah Baiturrahman (LAZIZBA).

Namun seiring dengan bergulirnya waktu, nilai Sedekas berubah dari menjual barang-barang bekas, menjadi menjual barang-barang kesayangan. Sebab muncul berbagai persepsi dari beberapa donatur yang yang dianggap keliru, yaitu menyamakan barang-barang bekas dengan sampah, sehingga terkesan membuang sampah ke Sedekas dan bernilai sedekah. Padahal konsep awalnya tidak demikian. Konsepnya adalah memberi yang terbaik, bukan sampah. Singkatnya, tidak ada satu orang pun yang mau jika diberi sampah. Oleh karena itu, janganah memberikan sampah kepada orang lain.

2. Apa visi dan misi Sedekas?

Visi

Menggerakkan roda ekonomi dari barang tidak terpakai

Mengelola barang yang tidak terpakai untuk diberdayakan

Misi

Menggerakkan roda ekonomi baru dengan memanfaatkan pre reloded yang masih layak pakai untuk digunakan Kembali sehingga

menciptakan gaya hidup sederhana yang tidak boros dan mencintai lingkungan sesuai dengan ajaran islam

B. Wawancara dengan, Amalia Nabila, tim Sedekas

1. Ada program apa saja di Sedekas?
 - a. Sedekah keliling
 - b. Bekerja sama dengan institusi lain
 - c. Donasi korban bencana
 - d. Belanjain kaum *duaafa'*
2. Bagaimana gambaran dari masing-masing program tersebut
 - a. Sedekah keliling

Program ini menyalurkan hasil penjualan barang-barang bekas dengan cara membagikan paket makanan dan pakaian di sepanjang jalan di Kota Semarang. Sasaran utama dari program ini adalah para gelandangan, pengemis, dan tukang becak yang kebetulan berada di rute pembagian sedekah. Adapun rute pembagian sedekah berawal dari jl. Pamularsih hingga Tugu Muda, Simpang Lima, dan sekitar pasar Johar. Pembagian sedekah ini dilakukan setiap sebulan sekali dan dilaksanakan pada malam hari, dengan tujuan utama dari program ini tepat sasaran. Sebab akan terlihat banyak orang yang tidak memiliki tempat tinggal, akan istirahat di emperan toko dengan alas seadanya.

- b. Bekerja sama dengan institusi lain

Sedekas bekerja sama dengan tiga institusi, yakni Komunitas Muda Berbagi (KMB), Institusi Pendidikan Monash Institute Semarang (MIS), dan Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah masjid Baiturrahman (LAZISBA). Hasil keuntungan dari penjualan disalurkan kepada tiga lembaga tersebut dan kemudian digunakan untuk membuat kegiatan-kegiatan amal. Misal membuat kegiatan

pengajian gratis, santunan anak-yatim, beasiswa, bagi-bagi makanan sahur dan takjil untuk para pengguna jalan.

c. Donasi korban bencana

Barang-barang yang diberikan donatur kepada Sedekas, juga disalurkan kepada masyarakat yang sedang ditimpa bencana, seperti banjir, tanah longsor, gempa bumi, dan lain sebagainya. Peyaluran yang disalurkan kepada korban bencana, tidak hanya berupa barang-barang yang diberikan oleh para donatur. Namun juga barang-barang kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh para korban bencana yang didapatkan dari hasil penjualan Sedekas.

d. Belanjain kaum *duafa*'

Program ini adalah program yang terbilang baru. Sebab program ini pertama kali diluncurkan semenjak adanya pandemi di Indonesia. Melalui program ini, Sedekas mengajak para pelanggan untuk ikut berdonasi dalam rangka membantu orang-orang *duafa*' dengan memberikan uang Rp. 19.000. Uang tersebut akan ditukarkan dengan set pakaian, sembako, dan masker non medis.

C. Wawancara dengan pelanggan Sedekas

1. Dari mana anda mengenal Sedekas?
 2. Mengapa anda lebih memilih belanja Sedekas?
 3. Apa yang anda rasakan saat belanja di Sedekas?
- Emi Indah
 1. Dari story wa teman
 2. Harga barang yang sangat murah
 3. Puas
 - Lainy Ahsin

1. Dari teman
 2. Barang bagus dan harganya sangat terjangkau
 3. senang
- Khoirun Niam
 1. Dari teman
 2. Belanja sambal bersedekah
 3. Puas
 - Ihsan Hanafi
 1. Bazar di MAJT
 2. Harga barang murah dan kualitas barang masih sangat layak
 3. Senang

Dokumentasi



Pasca wawancara dengan Ariesta Aprilia, CEO Sedekas



Wawancara dengan Amalia Nabila, tim Sedekas



Wawancara dengan Emi Indah, pelanggan Sedekas



Wawancara dengan Khoirun Niam, pelanggan Sedekas



Wawancara dengan Ihsan Hanafi, pelanggan Sedekas



Proses sortir barang-barang bekas yang didonasikan ke Sedekas



Proses sortir barang-barang bekas yang didonasikan ke Sedekas