

**STRATEGI PENGELOLAAN SHADAQOH CENTELAN AISYIYAH
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT UNTUK
BERSEDEKAH
(Studi Kasus: Aisyiyah Ranting Keputih)**

Umi Atia Hanik

email: umiatiahanik01@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Jl. Jl. A.Yani No. 117 Surabaya

Article History:

Dikirim:

5 Januari 2021

Direvisi:

30 Januari 2021

Diterima:

25 Februari 2021

Korespondensi Penulis:

HP / WA : 087853820393

Abstract : *One of the programs carried out by the Muhammadiyah Organization through the Muhammadiyah Covid-19 Command Center (MCCC) is the Muhammadiyah Family Food Security Movement (Getapak). One of the activities at Getapak is Shadaqah Centelan. From this activity, the researcher will examine the Management Strategy of Shadaqoh Centelan Aisyiyah in Increasing Public Interest for Alms (Case Study: Aisyiyah Ranting Keputih). The purpose of this study was to determine how the strategies used to attract people to give alms, and the level of success when using these strategies. The research method used in this research is descriptive qualitative research. The data collection technique uses written and in-depth interviews. After all the data is collected, the data is processed and compiled so that we can find out how the strategy is and the development of the strategy. Through this research, the results show that Aisyiyah Ranting Keputih's strategic way to attract the public's interest in giving charity through online social media such as Whatsaap, Instagram, Facebook, and Mass Media such as Klikmu.co. Apart from online media, there are also offline media, such as announcing that there is a new program, namely shadaqah centelan at the time of recitation and the last one is information by word of mouth. Of the many strategies, the number of donors from 8 became 35 people, and the number of shadaqah centelan from 170 packs to 250 packs. This amount is also a donation fund from Getapak Muhammadiyah which is as much as 1,500,000 which is managed to buy staples for the activities of Sadaqah Centelan.*

Keywords: *Sadaqah, Interests, Strategy.*

PENDAHULUAN

Tahun 2020 merupakan tahun yang bersejarah untuk seluruh dunia dan tidak terkecuali di Indonesia. Tahun dimana virus Corona atau Covid-19 mulai lahir, virus yang berasal dari Wuhan, China. Virus ini mulai masuk di Indonesia sejak awal bulan Januari namun baru terdeteksi ada yang terpapar yaitu tanggal 2 Maret 2020 sejumlah 2 orang.¹ Jumlah orang yang terpapar di Indonesia yang semula 2 orang sampai April tahun 2021 menjadi 1.662.868 orang.²

Dengan melihat perkembangan yang terpapar terus meningkat dengan tajam, maka pihak pemerintah memberikan banyak bantuan. Bantuan yang diberikan oleh pemerintah bukan hanya pendirian rumah sakit untuk pasien covid-19 atau yang berhubungan untuk kebutuhan pasien yang terpapar covid-19 saja. Namun pemberian bantuan juga diberikan kepada masyarakat yang terdampak di Inonesia.

Bantuan yang dikucurkan oleh pihak pemerintah selama pandemi yaitu: Bantuan Sembako, Bantuan Langsung Tunai (BLT), BLT Dana Desa, Insentif tarif listrik, Kartu Prakerja, Subsidi Gaji Karyawan, BLT UMKM, Bantuan Pulsa ASN, dan Kuota Gratis.³ Bantuan yang diberikan oleh pemerintah banyak sekali, namun bantuan tersebut masih tidak bisa menjangkau seluruh masyarakat di Indonesia yang terkena dampak pandemi ini. Dengan melihat keadaan ini maka masyarakat dan organisasi masyarakat ikut turun langsung membantu masyarakat yang terkena dampak. Salah satu organisasi masyarakat yang ikut turun membantu adalah Organisasi Muhammadiyah.

Organisasi Muhammadiyah membantu masyarakat yang terkena dampak melalui *Muhammadiyah Covid-19 Command Center* (MCCC). MCCC melalui amal usaha Muhammadiyah baik Rumah Sakit Muhammadiyah, Rumah Sakit Aisyiyah serta Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) ikut membantu masyarakat yang terkena dampak. MCCC memiliki banyak sekali program, seperti: menyediakan Rumah Sakit di bawah Naungan Muhammadiyah untuk orang yang sudah terpapar Covid-19, membagikan paket sembako, dan melalui Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) memberikan beasiswa dan keperluan yang

¹ Ellyvon Pranita, "Diumumkan Awal Maret, Ahli: Virus Corona Masuk Indonesia dari Januari," <https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/11/130600623/diumumkan-awal-maret-ahli--virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari>; diakses tanggal 30 April 2021.

² Iqbal S Nugroho, "Data Terkono Korban Virus Corona di Indonesia per April 2021," <https://www.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-korban-virus-corona-di-indonesia-per-april-2021.html>; diakses tanggal 30 April 2021.

³ Fitri Chusna Farisa, "Melihat Efektivitas 9 Bantuan dan Subsidi Pemerintah Selama 6 Bulan Pandemi," <https://nasional.kompas.com/read/2020/09/03/12090061/melihat-efektivitas-9-bantuan-dan-subsidi-pemerintah-selama-6-bulan-pandemi?page=all>; diakses tanggal 30 April 2021.

lainnya. Selain itu semua, MCCC juga mengeluarkan program Gerakan Ketahanan Pangan Keluarga (Getapak) Muhammadiyah. Salah satu program Getapak yaitu Shadaqah centelan.

Sedekah menurut bahasa artinya benar. Sedangkan menurut istilah artinya mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan oleh agama. Sedekah juga merupakan pemberian yang dikeluarkan secara sukarela kepada siapa saja, tanpa nisab, dan tanpa adanya aturan waktu yang mengikat. Pemberian shadaqah bisa bersifat materi dan non materi. Bersedekah merupakan perbuatan yang mulia yang bisa mendatangkan kecintaan Allah SWT dan seluruh hambaNya. Dengan sedekah maka akan dilipatgandakan hartanya baik di dunia dan diakhirat.⁴ Seperti yang terkandung dalam Surah Al-Hadid ayat 18:

إِنَّ الْمُسَدِّقِينَ وَالْمُصَدِّقَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضْعَفُ لَهُمْ وَلَهُمْ أَجْرٌ كَرِيمٌ

“Sesungguhnya orang-orang yang membenarkan (Allah dan Rasul-nya) baik laki-laki maupun perempuan dan meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipatgandakan (pembayarannya) kepada mereka, dan bagi mereka pahala yang banyak”

Shadaqah yang dimaksud dalam program Getapak tersebut adalah shadaqah yang berbentuk bahan pokok yang masih mentah atau belum dimasak. Shadaqah tersebut berisi sayur mayur, lombok, tahu, tempe, telur, ayam, dan masih banyak lagi. Di dalam program tersebut maka shadaqahnya di masukkan ke dalam kantong plastik untuk diberikan kepada orang yang membutuhkan disekitar kita. Setiap kantong plastik shadaqahnya senilai Rp. 10.000 dan isinya bisa dicampur-campur sesuai dengan dana yang sudah ditentukan. Shadaqah tersebut diberi nama shadaqah centelan karena shadaqah yang sudah dimasukkan didalam kantong plastik maka akan di taruh atau dicentelkan di paku yang mana seseorang bisa dengan mudah mengambilnya.

Dana shadaqah centelan berasal dari Anggota Aisyiyah tiap Ranting dan dana dari para donatur yang diluar Muhammadiyah yang ingin menyumbang. Dengan melihat kondisi yang seperti ini, maka perlu adanya strategi khusus agar para donatur mau menyisihkan sebagian rizkinya untuk membantu warga yang terkena musibah karena pandemi ini. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti tentang “Strategi Pengelolaan Shadaqoh Centelan Aisyiyah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Bersedekah (Studi Kasus: Aisyiyah Ranting Keputih)”.

⁴ Abdurrahman, *Kedahsyatan Bersedekah*, (Yogyakarta: Pustaka Rama, 2010), 3.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif yaitu menganalisa dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga bisa dengan mudah untuk dipahami dan disimpulkan.⁵ Metode deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan semua fakta yang berkaitan dengan Strategi Pengelolaan Shadaqoh Centelan Aisyiyah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Bersedekah (Studi Kasus: Aisyiyah Ranting Keputih). Subjek penelitian ini adalah ibu-ibu Aisyiyah Ranting Keputih yang ikut serta dalam kegiatan shadaqah centelan, sedangkan pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara metode sampling.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara secara tertulis dan mendalam kepada subjek penelitian. Setelah data terkumpul semua, maka data diolah dan disusun agar bisa tahu bagaimana strateginya dan perkembangan dari strategi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Shadaqah

Sedekah menurut bahasa berasal dari kata صدق yang mempunyai arti benar. Sedangkan menurut istilah artinya mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan oleh agama. Sedekah juga merupakan pemberian yang dikeluarkan secara sukarela kepada siapa saja, tanpa nisab, dan tanpa adanya aturan waktu yang mengikat. Pemberian shadaqah bisa bersifat materi dan non materi. Bersedekah merupakan perbuatan yang mulia yang bisa mendatangkan kecintaan Allah SWT dan seluruh hambaNya. Dengan sedekah maka akan dilipatgandakan hartanya baik di dunia dan diakhirat.⁶ Seperti yang terkandung dalam Surah Al-Hadid ayat 18:

إِنَّ الْمَصَدِّقِينَ وَالْمُصَدِّقَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضْعَفُ لَهُمْ وَلَهُمْ أَجْرٌ كَرِيمٌ

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 3.

⁶ Abdurrahman, *Kedahsyatan Bersedekah*, (Yogyakarta: Pustaka Rama, 2010), 3.

“Sesungguhnya orang-orang yang membenarkan (Allah dan Rasul-nya) baik laki-laki maupun perempuan dan meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipatgandakan (pembayarannya) kepada mereka, dan bagi mereka pahala yang banyak”

Jenis-Jenis Shadaqah

Shadaqah mempunyai 2 pengertian yaitu secara material dan fisik serta yang bersifat non fisik.

Shadaqah material dan fisik dibagi menjadi 2 yaitu fardhu ain dan fardhu kifayah. Untuk fardhu ain yaitu zakat yang terdiri dari zakat fitrah (zakat yang diperuntukkan atas diri atau jiwa) dan zakat mal (zakat yang berlaku atas harta manusia). Sedangkan yang sunnah adalah shadaqah. Dan yang terakhir adalah shadaqah non fisik yaitu: senyum, membuang duri di jalan, membantu orang yang kesusahan dan membutuhkan bantuan, menahan diri dari kejahatan atau merusak, dan masih banyak lagi.

Keutamaan dan Manfaat Shadaqah

Shadaqah memiliki beberapa keutamaan dan manfaat, yaitu:

1. Shadaqah bisa meredakan kemurkaan Allah SWT.
2. Shadaqah menghapuskan kesalahan dan memadamkan percikan apinya.
3. Shadaqah menghindarkan dari api neraka.
4. Pelaku shadaqah berada dalam naungan sedekahnya pada hari kiamat nanti.
5. Dengan bershadaqah bisa menjadi penawar dari berbagai jenis penyakit jasmani.
6. Penawar jenis penyakit hati
7. Lain-lain

Tujuan Shadaqah

Adapun tujuan shadaqah, yaitu:

1. Memelihara diri jatuh kelimbah kikir yang merugikan.
2. Memindahkan orang yang menerima shadaqah ke derajat yang lebih baik, yaitu dari yang kekurangan menjadi tercukupi.
3. Memelihara harta yang hilang karena percuma yaitu harta yang kita berikan di jalan Allah SWT. Itu akan menjadi modal kita untuk memperoleh nikmat diakhirat.
4. Tali persaudaraan semakin kuat, khususnya umat muslim.

5. Mengobati penyakit hati dan cinta dunia.⁷

Definisi Minat

Minat memiliki arti sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, dan keinginan. Sedangkan berminat mempunyai arti menaruh minat, kecenderungan hati kepada, dan ingin (akan).⁸ Pengertian menurut beberapa ahli adalah:

Pertama, Soeganda Poerbakawatja dan Harahap berpendapat bahwa minat merupakan kesediaan jiwa yang sifatnya aktif untuk menerima sesuatu dari luar.⁹ *Kedua*, The Liang Gie memberikan pengertian tentang minat yaitu sibuk, tertarik, atau terlibat dengan sesuatu kegiatan karena menyadari pentingnya kegiatan itu.¹⁰ *Ketiga*, menurut Agus Sujanto memberikan pengertian tentang minat yaitu sesuatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya dan yang tergantung ari bakat dan lingkungannya.¹¹

Dari pengertian diatas menurut beberapa ahli, maka bisa disimpulkan bahwa, minat merupakan suatu pemusatan perhatian yang mengandung unsur perasaan, kesenangan, kecendrungan hati, keinginan yang tidak disengaja yang sifatnya katif untuk menerima sesuatu dari luar.

Strategi Pengelolaan Shadaqoh Centelan Aisyiyah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Bersedekah di Aisyiyah Ranting Keputih

Shadaqah centelan Aiyiyah, pertama kali mendapatkan seruan dari Pimpinan Pusat Muhammadiyah, lalu diturunkan ke Cabang Aisyiyah, dari cabang diturunkan ke Ranting Aisyiyah. Setelah sampai di Ranting, maka amanah tersebut dijalankan sebagaimana semestinya.

Shadaqah centelan tersebut berisi bahan pangan yang masih belum matang / masih mentah. Bahan pangan yang masih mentah tersebut dimasukkan ke dalam kantong plastik, yang mana setiap kantong plastiknya harga bahan pokoknya seharga 10.000 rupiah. Dari bahan-bahan tersebut diharapkan akan bisa dikelola untuk bisa dimakan di hari itu. Bahan-bahan yang

⁷ Ita Maulidar, "Efektivitas Pendayagunaan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Stdi Kasus: Baitul Mal Aceh Untuk Program Pemberdayaan Ekonomi)," (Skripsi – Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2019), 53-55.

⁸ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: 2008), 1152.

⁹ Soerganda Poerbakawatja dan H. A. H. Harahap, *Ensiklopedia Pendidikan*, (Jakarta: Gunung Agung , 1982), 214.

¹⁰ The Liang Gie, *Cara Belajar yang Efesien*, (Yogyakarta: Liberty, 1994), 28.

¹¹ Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Aksara Baru, 1989), 92.

dimaksud yang ada dalam shadaqah centelan adalah sayur-mayur, lombok, minyak goreng, daging ayam, telur, kerupuk, dan masih banyak lagi. Shadaqah centelan dilaksanakan setiap hari jum'at.

Shadaqah centelan sendiri mendapat dana dari anggota aisyiyah dan dana dari luar anggota aisyiyah yang mau ikut menyumbang shadaqah centelan tersebut. Selain melalui uang, para donatur juga bisa memberikan shadaqahnya berupa bahan-bahan yang akan dibagikan seperti yang ada diatas. Dana atau bahan pokok untuk keperluan shadaqah centelan tentu perlu adanya donatur atau orang yang mau menyumbang. Untuk menarik minat para donatur, maka perlu adanya strategi khusus agar banyak orang yang mau menyumbang karena mengingat kondisi yang orang bisa lebih memilih menerima shadaqah centelan dari pada memberi shadaqah centelan.

Shadaqah centelan di Aisyiyah Ranting Keputih mempunyai strategi khusus agar para donatur baik dari anggota maupun dari luar anggota aisyiyah keputih mau ikut menjadi donatur shadaqah centelan tersebut, strategi yang digunakan oleh Aisyiyah Ranting Keputih yaitu dengan memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi bahwa Aisyiyah Ranting Keputih mempunyai program shadaqah centelan. Media sosial yang digunakan oleh Aisyiyah Ranting Keputih yaitu Whatsaap, Instagram, Facebook, dan Media Massa seperti Klikmu.co. Promosi bukan hanya dilakukan melalui media sosial namun juga melalui media offline seperti melakukan pemberitahuan bahwa ada program baru yaitu shadaqah centelan pada saat pengajian dan yang terakhir yaitu informasi dari mulut ke mulut.

Promosi yang dilakukan secara online melalui Whstsaap dengan cara membagikan informasi melalui Status Whatsaap dan melalui group whatsapp Aisyiyah Ranting Keputih. Sedangkan melalui instagram dan facebook dilakukan dengan cara menjadikan status dimasing-masing media sosial tersebut. Yang terkahir promosi melalui Klikmu.co dilakukan dengan cara membagikan informasi tentang shadaqah centelan ke masyarakat luas.

Promosi yang dilakukan diatas merupakan cara yang sangat efektif karena hampir semua orang menggunakan media sosial dan penyebaran informasi juga sangat cepat, sehingga orang yang ikut menyumbang menjadi lebih banyak. Promosi tersebut ternyata ada hasilnya, yaitu dengan cara melihat perkembangan para donatur yang ikut menyumbang shadaqah centelan semakin banyak setiap minggunya.

Sumbangan untuk kegiatan shadaqah centelan tersebut tidak ada batas minimal atau maksimalnya, sehingga semua orang bisa menyumbang sesuai dengan keinginan dan kemampuan masing-masing donatur. Cara yang dilakukan ini juga merupakan strategi yang

efektik karena melihat kondisi yang tidak semua orang mempunyai uang yang berlebih namun masih bisa ikut menyumbangshadaqah centelan.

Shadaqah centelan Aisyiyah di Ranting Keputih mulai melaksanakan kegiatan membagikan shadaqah centelan dimulai bulan september 2020 dan lebih tepatnya dimulai tanggal 4 September 2020. Berikut adalah tabel jumlah shadaqah centelan yang didapat dari bulan September sampai bulan Desember 2020 dengan jumlah donatur yang semula sekitar 8 orang menjadi 35 orang.

Tabel 1.1

Jumlah Sahadaqah Centelan Setiap Minggu

No	Tanggal	Jumlah Shadaqah Centelan
1	4 September 2020	170 Bungkus
2	11 September 2020	170 Bungkus
3	18 September 2020	180 Bungkus
4	25 September 2020	184 Bungkus
5	2 Oktober 2020	204 Bungkus
6	9 Oktober 2020	198 Bungkus
7	16 Oktober 2020	210 Bungkus
8	23 Oktober 2020	193 Bungkus
9	30 Oktober 2020	211 Bungkus
10	4 November 2020	189 Bungkus
11	13 November 2020	250 Bungkus
12	20 November 2020	205 Bungkus
13	10 Desember 2020	205 Bungkus
14	17 Desember 2020	201 Bungkus

Dari tabel 1.1 maka, jumlah shadaqah centelan yang dihasilkan semakin lama semakin banyak meskipun ada juga yang turun dari hari sebelumnya. Jumlah yang bisa turun bisa terjadi karena tidak adanya standart jumlah shadaqah centelan yang harus diberikan, serta tidak adanya keharusan seseorang harus menyumbang setiap minggunya.

Dari jumlah donatur 8 orang yang semula mendapat 170 bungkus berkembang menjadi 35 orang dengan mendapat 250 bungkus, tentu itu adalah perkembangan yang sangat signifikan. Signifikan disini terjadi karena tidak membutuhkan waktu yang lama untuk membuat seseorang mau ikut berpartisipasi menjadi donatur dalam shadaqah centelan tersebut. Hanya 2 bulan yang

dibutuhkan untuk mendapatkan donatur dan bungkusan shadaqah centelan menjadi berkembang. Dari sini bisa disimpulkan bahwa strategi yang digunakan untuk menarik minat masyarakat ikut bersedekah di shadaqah centelan berhasil.

Data diatas selain mendapatkan dari para donatur juga di dapat dari Getapak Muhammadiyah. Getapak Muhammadiyah menyumbang dana untuk kegiatan shadaqah centelan di Aisyiyah Ranting Keputih sebanyak 1.500.000 rupiah. Dari dana tersebut maka panitia membagi uang tersebut menjadi 3 yaitu 500.000 rupiah setiap minggunya. Dana turun saat pertengahan acara shadaqah centelan. Dana dari getapak muhammadiyah akan di belikan bahan-bahan pokok yang akan dibagikan saat hari jum'at.

KESIMPULAN

Shadaqah centelan di Ranting Aisyiyah menggunakan strategi untuk menarik minat masyarakat untuk ikut bersedekah dengan cara menggunakan media sosial dan media offline. Media sosial yang digunakan adalah Whatsaap, Instagram, Facebook, dan Media Massa seperti Klikmu.co. Sedangkan untuk media offline dengan cara melakukan pemberitahuan bahwa ada program baru yaitu shadaqah centelan pada saat pengajian dan yang terakhir yaitu informasi dari mulut ke mulut.

Dari menarik minat para donatur melalui berbagai media maka kegiatan shadaqah centelan mendapatkan dana berupa uang dan bahan pokok yang siap untuk dibagikan dihari jum'at. Dana yang didapat bukan hanya dari para donatur ibu-ibu Aisyiyah Ranting Keputih dan diluar itu saja melainkan dari Getapak Muhammadiyah juga mendapatkan yaitu sebesar 1.500.000 rupiah.

Setelah dilakukan berbagai cara untuk menarik minat masyarakat maka jumlah donatur yang berawal dari 8 orang dengan jumlah shadaqah centelan 170 bungkus menjadi 35 orang donatur dengan jumlah shadaqah centelan 250 bungkus. Jumlah tersebut sangatlah signifikan karena waktu yang dibutuhkan tidak lama yaitu 2 bulan. Dari sini bisa disimpulkan bahwa strategi yang digunakan untuk menarik minat masyarakat ikut bersedekah di shadaqah centelan berhasil.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman. *Kedahsyatan Bersedekah*. (Yogyakarta: Pustaka Rama, 2010).

Farisa, Fitri Chusna. “Melihat Efektivitas 9 Bantuan dan Subsidi Pemerintah Selama 6 Bulan Pandemi,” <https://nasional.kompas.com/read/2020/09/03/12090061/melihat-efektivitas-9-bantuan-dan-subsidi-pemerintah-selama-6-bulan-pandemi?page=all>; diakses tanggal 30 April 2021.

Gie, The Liang. *Cara Belajar yang Efisien*. (Yogyakarta: Liberty, 1994).

Maulidar, Ita. “Efektivitas Pendayagunaan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Stdi Kasus: Baitul Mal Aceh Untuk Program Pemberdayaan Ekonomi),” (Skripsi – Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2019).

Nugroho, Iqbal S. “Data Terkono Korban Virus Corona di Indonesia per April 2021,” <https://www.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-korban-virus-corona-di-indonesia-per-april-2021.html>; diakses tanggal 30 April 2021.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Bahasa Indonesia*. (Jakarta: 2008).

Poerbakawatja, Soerganda dan H. A. H. Harahap. *Ensiklopedia Pendidikan*, (Jakarta: Gunung Agung , 1982).

Pranita, Ellyvon. “Diumumkan Awal Maret, Ahli: Virus Corona Masuk Indonesia dari Januari,” <https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/11/130600623/diumumkan-awal-maret-ahli--virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari>; diakses tanggal 30 April 2021.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&.,* (Bandung: Alfabeta, 2013).

Sujanto, Agus. *Psikologi Umum*. (Jakarta: Aksara Baru, 1989).