

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dilansir dari tribunnews.com berdasarkan survei yang dilakukan oleh lembaga internasional yang disebut *Charities Aid Foundation (CAF)*, Indonesia dapat dikatakan sebagai negara yang mempunyai spirit *charity* yang tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan laporan *World Giving Index* pada November 2018 lalu, Indonesia mendapat peringkat 1 negara paling murah hati di dunia. Beberapa indikator dari survei tersebut antara lain adalah *helping stranger* (kerelaan menolong orang asing), *donate money* (mendonasikan uang), dan *volunteering time* (meluangkan waktu untuk kegiatan sosial).

Charity biasanya diartikan sebagai gagasan untuk membantu seseorang secara langsung dalam memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi, tanpa perlu adanya timbal balik, dan umumnya ditunjukkan kepada orang-orang yang membutuhkan (*needy*). Keinginan untuk menunjukkan kasih sayang terhadap sesama dapat diwujudkan dengan memberikan bantuan baik itu berupa papan, sandang dan pangan (Kompasiana.com). Suatu bantuan akan memberikan manfaat yang lebih besar jika hal tersebut dilakukan dengan melibatkan orang banyak. Semakin banyak orang berpartisipasi maka dampak yang akan dirasakan oleh masyarakat juga akan semakin besar. Hal inilah yang terkadang menjadi dasar bagi sekelompok orang untuk membentuk sebuah komunitas.

Komunitas didefinisikan sebagai suatu kelompok kesatuan manusia (kota kecil, kota, desa), maupun sebagai seperangkat perasaan (rasa keikatan, rasa

kesetiaan). Komunitas juga dapat diartikan sebagai suatu kelompok lokal di mana orang-orang melaksanakan segenap aktivitas (Horton, 2006:129)

Kegiatan *charity* tentu tidak asing lagi di telinga kita, banyak sekali organisasi-organisasi dunia bahkan telah membentuk sebuah lembaga besar yang *non profit oriented* (nirlaba). Dikutip dari Wikipedia.org lembaga *charity* pertama kali dimulai di Kota [Freiburg](#), Jerman, pada tahun 1897 yang fokus pada bantuan kemanusiaan, perkembangan internasional dan pelayanan sosial. Kemudian pada tahun 90an disusul oleh beberapa negara di dunia. Lembaga-lembaga tersebut tersebar di berbagai wilayah seperti di bawah ini:

Tabel 1.1
Persebaran Wilayah Kantor Lembaga *Charity* di Dunia

No.	Wilayah	Jumlah Kantor
1.	Oceania	6 Kantor
2.	Amerika Selatan	9 Kantor
3.	Eropa	48 Kantor
4.	Amerika	14 Kantor
5.	Afrika	45 Kantor
6.	Asia	23 Kantor
7.	Regional Timur Tengah dan Afrika Utara	17 Kantor
Jumlah		162 Kantor

Sumber: Wikipedia

Dari 23 kantor *charity* yang tersebar di Asia ada beberapa kantor yang terdapat di Indonesia seperti Karitas Indonesia (KARINA), Karitas Bandung dioperasikan oleh Keuskupan Bandung, Cordia Karitas Medan dioperasikan oleh Keuskupan Agung Medan, Karitas Keuskupan Sibolga dioperasikan oleh Keuskupan Sibolga, Karitas Keuskupan Agung Semarang (KARINA KAS) dioperasikan oleh Keuskupan Agung Semarang dan yang terakhir adalah Karitas Tanjungkarang yang dioperasikan oleh Keuskupan Tanjungkarang.

Seiring perkembangan zaman akibat masuknya globalisasi, *charity* tidak hanya diimplementasikan oleh lembaga-lembaga formal dan besar namun juga banyak yang berasal dari inisiatif masyarakat untuk membantu sesamanya. Contohnya salah satu tradisi masyarakat Inggris adalah membuang barang bekas yang dimilikinya lalu menggantinya dengan yang baru meskipun barang tersebut masih layak pakai. Barang-barang bekas tersebut kemudian disumbangkan ke badan-badan amal untuk dijual kembali *via charity shop* (toko amal). Hasilnya nanti akan digunakan untuk membiayai riset kemanusiaan di dalam maupun di luar negeri yang membutuhkan. Misalnya negara atau kota yang mengalami kekeringan, kurang gizi dan lain-lain (Kompasiana.com)

Selain gerakan yang terjadi di Inggris, *Charity* juga bisa disalurkan dengan berwirausaha yang dikenal dengan bisnis sosial (*sociopreneur*). Beberapa bisnis sosial yang terdapat di dunia yaitu, Scott Harisson seorang pemuda pada umur 28 tahun mendirikan sebuah perusahaan *charity: Water* dan memberikan 100% keuntungan untuk membantu orang-orang Afrika dalam mengakses air bersih. Ia juga melakukan aktifitas berkaitan dengan lingkungan kehidupan dan mendedikasikan hidup untuk melayani dan membuat gerakan pemuda. Seterusnya, Lauren pada 2004 membuka bisnis *fashion* namun sekaligus membantu anak-anak malnutrisi di seluruh dunia. Ia melahirkan Feed, tas ramah lingkungan yang cocok untuk perempuan dan laki-laki. Setiap penjualan tas akan membantu anak-anak untuk mendapatkan makan siang yang bergizi. Sampai saat ini, Lauren telah menjual 500.000 tas dan memberi 60 juta anak-anak di dunia untuk mendapatkan makan siang yang bergizi. Dengan konsep yang sama, bisnis

sosial ini juga dilakukan oleh dua orang anak kecil yaitu Dali yang berusia 13 tahun bersama adiknya masih 11 tahun memulai bisnis Nalu Clothing, mereka membantu anak-anak di India dan Sumba untuk mendapatkan akses pendidikan dengan memberikan seragam gratis. Setiap 4 produk Nalu Clothing yang terjual akan membantu 1 anak untuk mendapat seragam gratis guna melanjutkan pendidikan. Nalu Clothing juga tersedia di Bali dan telah membantu ribuan anak di India dan Indonesia untuk mendapatkan akses pendidikan yang lebih baik.

(www.idntimes.com)

Tidak hanya di luar Negeri, di Indonesia sendiri juga terdapat banyak sekali gerakan *charity* yang bahkan sudah membentuk komunitas-komunitas lokal. Salah satunya yaitu komunitas Ketimbang Ngemis, mengusung moto “*Say No To Ngemis*” komunitas ini hadir untuk memberikan apresiasi dan membantu para orang tua yang masih terus mengais rezeki meski keterbatasan fisik dan usia. Lalu ada Sahabat Indonesia Berbagi (SIGi), komunitas relawan ini memiliki visi menjadi gerakan sosial berbasis jaringan pertemanan di seluruh Indonesia yang kedepannya akan menjadikan anak-anak jalanan sebagai adik asuh dan dibantu semampunya mulai dari pangan, kesehatan dan pendidikan. (Liputan6.com)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farhan dan Noor Arif (2017) filantropi modern ataupun filantropi tradisional (*charity*) memiliki peran dalam mengentaskan kemiskinan, salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk filantropi adalah dengan menyalurkan zakat, infak, sedekah masyarakat samapai kepada Mustahiq. Selain itu, dalam penelitian Ignatia Dewi Purwaningsih dan Nasiwan (2017) mengatakan bahwa komunitas berbagi juga berperan dalam

membentuk karakter kepedulian sosial, proses pembentukan itu terjadi melalui pembiasaan (*habituasi*). Di lain sisi, penelitian dari Hendriana Tanti (2015) menyatakan bahwa bentuk loyalitas donatur pada organisasi maupun komunitas berbagi adalah hal yang paling utama. Karena donatur akan memberikan donasi yang nantinya berguna untuk kelancaran kegiatan komunitas jika *relationship* terjaga dengan baik maka donatur akan selalu memberikan *support* berupa materil maupun non materil. Sebaliknya, jika *relationship* tidak terjaga maka donatur akan lari dan komunitas akan mengalami penurunan secara materil maupun non materil.

Kegiatan *Charity* biasanya diimplementasikan dalam bentuk beramal, berderma dan berbagi kepada sesama untuk membantu mengurangi masalah sosial. Di Padang, Sumatera Barat juga terdapat beberapa komunitas berbagi, salah satu komunitas sosial tersebut adalah gerakan berbagi model Kopi Dinding. Kopi atau disingkat dengan KD adalah sebuah program berbagi yang berbasis bisnis sosial (*social enterprise*). Program ini dipelopori oleh Bapak Miko Kamal yang kesehariannya berprofesi sebagai Dosen dan Pengacara. Pada awalnya program Kopi Dinding ditawarkan kepada pengelola *lapau* Ongga yaitu Bapak Sutoyo, *lapau* ini adalah tempat ia berkumpul bersama teman-temannya pada waktu istirahat kerja maupun di hari libur. Setelah diterima, program ini kemudian dipraktikkan pertama kalinya di *lapau* yang terletak di Pasar Mudiak tersebut pada 27 Februari 2016.

Program berbagi model Kopi Dinding ini sangat praktis, Miko Kamal menjelaskan jika pengunjung ingin berpartisipasi dalam kegiatan ini ia cukup

membayar makanan dan minuman yang dipesan seharga dua kali lipat. Misalnya jika ia memesan sepiring lontong seharga Rp. 8.000 maka yang bersangkutan membayar Rp. 16.000. Satu piring untuk dia nikmati dan sepiringnya lagi untuk dibagikan dengan cara menuliskan lontong di selembar stiker lalu ditempelkan pada tempat yang disediakan di dinding *lapau*. Ketika ada pengunjung lain yang kurang mampu, mereka dapat menikmati menu yang ada di *lapau* tersebut secara gratis dengan mengambil stiker yang ditempel pada dinding dan menyerahkannya kepada kasir. Kalau ingin kopi ambil saja stiker yang bertuliskan kopi, serahkan kepada kasir maka akan diberikan secara gratis karena sudah dibayar oleh pengunjung yang menempel stiker.

Program ini ditujukan untuk membantu mereka yang kurang mampu seperti petugas kebersihan, kaum dhuafa, buruh angkat, tukang parkir dan lainnya. Dari *lapau* kopi tradisional ini lahirlah kebahagiaan bagi penikmat praktik sosial berbagi dan tentunya lebih berbahagia pengunjung yang mau berpartisipasi. Seperti yang dikatakan Wahyudi (dalam Antara News) program ini mengacu pada prinsip orang bijak "*the highest happiness is giving*" yaitu kebahagiaan tertinggi adalah saat berbagi.

Sejak 2016 proram Kopi Dindiang menarik perhatian banyak orang dari berbagai kalangan seperti *Sales*, Pegawai Bank, Dosen, Pengacara, bahkan Manager Perkantoran. Dilansir pada liputan6.com, Sutoyo selaku pengelola *lapau* Ongga mengatakan sejak program Kopi Dindiang tersebut diluncurkan pengunjung jadi lebih ramai dan omzet meningkat. Ada penambahan pengunjung hingga 30 persen, banyak wajah baru yang datang, dari wisatawan asing hingga

Gubernur Sumatera Barat. Program Kopi Dinding berlaku di beberapa warung/kafe/lapau di bawah ini:

Tabel 1.2
Persebaran Outlet Kopi Dinding

No.	Sumber	Nama/Lokasi	Keterangan
1.	https://padang.tribunnews.com/2019/02/15/kegiatan-sosial-kopi-dinding-ala-lapau-ongga-di-kota-padang	Lapau Ongga/Jalan Mudiak No 47, Pasa Mudiak, Pasa Gadang, Padang, Sumatera Barat.	Diresmikan oleh sang pelopor pada 27 Februari 2016
2.	https://www.facebook.com-1609452999378823/posts-prasyarat-lapau-kopi-dindingkopi-dinding-makin-dikenal-setelah-di-dharmasraya-1613839108940212/	Lapau Ayah/Kabupaten Dharmasraya	Kopi Dinding di dharmasraya diresmikan pada tanggal 14 April 2016
3.	https://sultra.antaranews.com-berita/283174/kejari-knpi-kolaka-gelar-acara-kopi-dinding	Warkop KNPI Kolaka/Jalan Pemuda Nomor 8 Kolaka, Sulawesi Tenggara	Diresmikan oleh Bupati Kolaka pada 20 April 2016
4.	http://pariwisata.klikpositif.com-baca/1097/pemuda-minang-kembali-inisiasi-warung-gratis--kopi-dinding--kedua-di-sultra	Warkop Boboho/Sulawesi Tenggara	Diresmikan oleh Bupati Kolaka pada 20 April 2016
5.	https://padangmedia.com-gerakan-kopi-dinding-kini-hadir-di-gor-agus-salim/	Kafe Nusantara/Gor Agus Salim (Jalan Batang Anai, Rimbo Kaluang Kecamatan Padang Barat)	Gubernur Sumbar meresmikan outlet kedua gerakan KD di Padang, Sumatera Barat pada tanggal 23 Juli 2016
6.	https://padek.co/koran-padangekspres.co.id-read/detail/104999/Tularkan-Semangat-Berbagi	Lapau Inphony/Indarung	Tidak terdapat tanggal peresmian
7.	https://sumbar.antaranews.com-berita/187544/outlet-kopi-dinding-keempat-diresmikan-di-payakumbuh	Lapau Family/Simpang Benteng Payakumbuh	KD di Payakumbuh ini diresmikan pada tanggal 23 September 2016

8.	https://sumbar.antaranews.com-berita/188385/ubh-resmikan-kopi-dindiang-edisi-mahasiswa	Kantin Koperasi/Universitas Bung Hatta, Aia Pacah, Padang	KD edisi Mahasiswa ini diresmikan pada 6 Oktober 2016 oleh Miko Kamal
9.	https://jurnalsumbar.com-2018/03/resmikan-lapau-nasi-putri-sunyi-jadi-outlet-kopi-dindiang-ke-8/	Lapau Nasi Putri Sunyi/Jalan Perak II Nomor 7, Padang	Diresmikan oleh Miko Kamal pada tanggal 23 Maret 2018

Sumber: Penelusuran Berita Melalui Internet dan Diolah oleh Peneliti

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat kita asumsikan bahwa program Kopi Dindiang ini memiliki eksistensi yang bagus sehingga bisa bertahan bahkan berkembang sampai ke luar Sumatera Barat seperti halnya di Sulawesi Tenggara. Namun pada hari Sabtu (26/10) melalui wawancara sebagai survei awal, Bapak Miko selaku pelopor Kopi Dindiang menuturkan bahwa pada saat ini eksistensi Kopi Dindiang mengalami penurunan, dari 9 outlet yang dulunya sempat mengadopsi program Kopi Dindiang sekarang ada yang sudah tidak aktif dalam artian outlet tersebut tidak lagi memakai konsep program Kopi Dindiang dalam berdagang. Dikatakan 2 outlet yang masih aktif di Kota Padang diantaranya *lapau* Ongga dan *lapau* Linphony, outlet yang sudah tidak aktif lagi di Kota Padang adalah kafe Nusantara dan kantin koperasi Bung Hatta, sedangkan untuk outlet yang lainnya tidak beliau ketahui. Tidak hanya itu, dari beberapa outlet yang masih aktif pun banyak donatur yang tidak lagi berderma terlihat dari berkurangnya stiker yang tertempel pada dinding outlet di mana dulunya mencapai dua puluhan per hari hingga kini tersisa hanya belasan bahkan kurang dari 10 per hari. Hal ini sangat bertentangan dengan laporan *World Giving Index*

pada November 2018 lalu, yang mengatakan Indonesia mendapat peringkat 1 negara paling murah hati sedunia.

Bourdieu menjelaskan dalam menganalisis praktik sosial agen dapat dilihat melalui habitus, modal dan arena yang digunakan. Menurut Bourdieu habitus merupakan segala sesuatu yang ada di dalam diri seseorang baik itu persepsi maupun tindakan yang ia peroleh dari hasil sosialisasi dan pengalaman, habitus juga akan membentuk nilai-nilai dan norma-norma seseorang yang disebut dengan sosial *exis*. Sedangkan modal bagi Bourdieu terbagi menjadi modal sosial modal ekonomi, modal budaya, dan modal simbolik. Modal sosial berkaitan erat dengan relasi. modal ekonomi mencakup materi, dan modal budaya adalah keseluruhan kualifikasi yang didapatkan seperti pengetahuan dan keahlian tertentu, sedangkan modal simbolik berputar pada prestise, status dan kekuasaan.

Habitus seseorang harus didukung juga oleh modal yang dimilikinya, kedua hal ini akan menentukan arena sosial seseorang. Jika habitus dan modalnya saling mendukung maka suatu praktik sosial itu akan berhasil, sebaliknya jika habitus dan modalnya tidak saling mendukung maka praktik sosial akan gagal karena bisa saja ada beberapa agen yang ternyata hanya ikut-ikutan dalam praktik tersebut untuk memamerkan modal tanpa didukung oleh habitus yang dimiliki atau boleh jadi agen tersebut ikut praktik sosial karena ia memiliki habitus *charity* namun tidak didukung oleh modal yang dimilikinya. Dalam beberapa kasus tentu hal ini akan mempengaruhi keberlanjutan ataupun eksistensi suatu praktik sosial di dalam masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui “Bagaimana praktik sosial dalam arena derma (*charity*) model Kopi Dindiang di Kota Padang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan:

1.3.1 Tujuan Umum

Mendeskripsikan praktik sosial dalam arena derma (*charity*) model Kopi Dindiang di Kota Padang.

1.3.2 Tujuan Khusus

- 1) Mendeskripsikan perkembangan program derma (*charity*) model Kopi Dindiang di Kota Padang
- 2) Mendeskripsikan habitus dan modal para donatur dan pemilik outlet dalam arena derma (*charity*) model Kopi Dindiang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademik

- 1) Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial, terutama bagi studi sosiologi agama dan sosiologi ekonomi.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Sebagai bahan masukan dan perbandingan bagi peneliti lain khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti fenomena ini lebih lanjut.

- 2) Dapat menjadi acuan untuk keberlangsungan dalam meningkatkan dan mengembangkan komunitas derma (*charity*) model Kopi Dinding maupun dengan model yang lain.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Konsep Derma/*Charity*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *charity* adalah motivasi untuk membantu orang lain dengan tujuan derma, kebajikan, amal, rasa belas kasihan dan kemurahan hati. *Charity* biasanya lebih menekankan pada pelayanan (*service*) jangka pendek. Dalam hal ini Cihan Tugal membagi konsep *charity* menjadi dua yaitu karitas komunitarian (*communitarian charity*) dan karitas berorientasi pasar (*market-orientaed charity*) atau filantropi modern. Peneliti berargumen bahwa praktik kedermawanan yang dilakukan oleh komunitas tersebut merupakan ragam baru dalam tradisi kedermawanan Islam di Indonesia. Di satu sisi, mereka mempertahankan ciri khasnya sebagai karitas komunitarian atau mereka menyebutnya sebagai gerakan sedekah jalanan, tetapi di sisi lain berusaha mengadopsi beberapa aspek dari filantropi modern (Cihan Tugal, 2013:141 dalam Aziz, 2018)

Charity atau karitas merupakan bagian dari filantropi yang biasa disebut filantropi tradisional. *Charity* pada umumnya berbentuk pemberian untuk kepentingan pelayanan sosial seperti pemberian derma kepada kaum miskin untuk membantu kebutuhan makanan, pakaian, tempat tinggal dan lain-lain. Dengan demikian jika dilihat dari orientasinya maka *charity* atau filantropi tradisional lebih bersifat individual (Jusuf, 2007: 74-75)

Tabel 1.3
Perbandingan Filantropi Tradisional dengan Filantropi Modern

Perbandingan	Filantropi Tradisional (<i>Charity</i>)	Filantropi Modern (Keadilan Sosial)
Motif	Individual	Publik, kolektif
Orientasi	Kebutuhan mendesak	Kebutuhan jangka panjang
Bentuk	Pelayanan sosial langsung	Mendukung perubahan sosial
Sifat	Tindakan yang berulang-ulang	Kegiatan menyelesaikan ketidakadilan struktur
Dampak	Mengatasi gejala ketidakadilan sosial	Mengobati akar penyebab ketidakadilan sosial
Contoh	Menyediakan tempat tinggal bagi tuna wisma	Advokasi perundang-undangan perubahan kebijakan publik

Sumber: Chaider S. Bamualim dan Irfan Abu Bakar (ed), Revitalisasi Filantropi Islam, (Jakarta: PBB UIN Syarif Hidayatullah, 2005), hal 5 dalam Azni, 2019

Ada beberapa elemen terkait dengan *charity* yaitu: (a) Sifat (tidak) diskriminatif, (b) sifat kolosal, (c) pengaruh asosiasi sukarelawan terhadap budaya dan kesejahteraan masyarakat, (d) demokratisasi filantropi (Siregar, 2004:21). Dalam hal ini memberikan bantuan uang atau bentuk lain (*charity*) kepada seseorang harus secara sukarela tanpa unsur tekanan (*volunteerisme*).

Charity atau amal atau disebut juga dengan derma adalah memberikan sebagian harta yang kita miliki kepada seseorang yang sedang membutuhkan. Biasanya, *charity* berasal dari kebaikan hati nurani seseorang dan wujud kasih sayang kepada sesama. *Charity* erat kaitannya dengan tanggungjawab sosial, selain itu juga merupakan kebutuhan spiritual yang memiliki banyak sekali manfaat, diantaranya hati menjadi damai, tenang, dan penuh rasa syukur. Hal ini juga tertuang dalam Q.S Al-Baqarah ayat (261) yang artinya:

“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 melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Ia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (Karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui”.

Ada beberapa bentuk *charity* dalam agama lainnya seperti, dalam agama Kristen dikenal dengan persepuluhan untuk Tuhan. Begitu juga dalam ajaran Hindu yang mendorong para pemeluknya berderma untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Ajaran agama Budha dan Kong Hu Cu juga menganjurkan pentingnya memberi kepada sesama agar terciptanya keadilan sosial. Tidak lupa dalam agama Yahudi yang menganjurkan untuk sedekah (Karyof, 2015:8)

Selain motivasi ajaran agama kegiatan *charity* juga didorong oleh tradisi atau kebiasaan masyarakat. Tradisi lokal yang berkaitan dengan kegiatan sumbang-menyumbang hampir sama di setiap daerah. Masyarakat Jawa, misalnya mengenal dan mempraktikkan tradisi *jimpitan*, yakni kebiasaan menyisihkan beras yang akan dimasak untuk kemudian disumbangkan kepada lembaga sosial atau masyarakat yang membutuhkan. Tradisi serupa dipraktikkan di masyarakat Sunda dengan nama *parelek*. Sementara masyarakat Toraja mempraktikkan tradisi *buabungaran*, yakni mendermakan hasil panen tanaman atau ternak pertama pada lembaga sosial, sedangkan warga Minang mengenal tradisi ini dengan *julo-julo* (Abidin, dkk:2004:21)

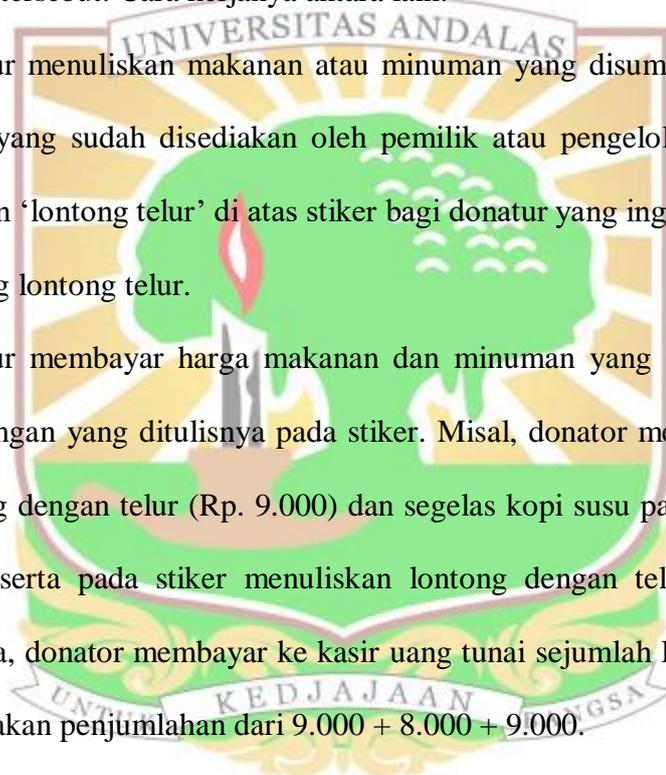
Motivasi *charity* juga datang dari konteks sosial budaya. Insiden kelaparan di awal 1990an telah mendorong beberapa orang di harian *Repubilka* mendirikan yayasan dompet Dhuafa, 1994. Berbagai peristiwa gempa bumi dan musibah lain juga mendorong masyarakat secara spontan menggalang dana. Fenomena

keterlibatan media massa yang menyelenggarakan berbagai rubrik dompet amal atau kepedulian adalah bukti kecenderungan tolong menolong yang besar di dalam masyarakat Indonesia (Saidi, dkk. 2004:7)

1.5.2 Program Derma Model Kopi Dinding

Jika kita berkunjung ke outlet Kopi Dinding, kita tidak perlu lagi bingung tentang bagaimana cara kerjanya karena penjelasannya sudah dipaparkan pada dinding outlet tersebut. Cara kerjanya antara lain:

- 1) Donatur menuliskan makanan atau minuman yang disumbangkan di atas stiker yang sudah disediakan oleh pemilik atau pengelola outlet. Misal, tuliskan 'lontong telur' di atas stiker bagi donatur yang ingin menyumbang 1 piring lontong telur.
- 2) Donatur membayar harga makanan dan minuman yang ia nikmati serta sumbangan yang dituliskannya pada stiker. Misal, donator memakan sepiring lontong dengan telur (Rp. 9.000) dan segelas kopi susu panas seharga Rp. 8.000 serta pada stiker menuliskan lontong dengan telur (Rp. 9.000). Artinya, donator membayar ke kasir uang tunai sejumlah Rp. 26.000 yang merupakan penjumlahan dari $9.000 + 8.000 + 9.000$.
- 3) Setelah semua kewajiban dibayar, donatur menempelkan sendiri stiker yang bertuliskan makanan atau minuman yang disumbangkannya di dinding yang sudah disediakan.
- 4) Donatur boleh mengeluarkan handphone pintarnya untuk berfoto di depan dinding yang penuh dengan stiker para donatur. Fotonya boleh bergaya apa saja dan gratis.



5) Sasarannya (buruh angkat, tukang parkir, tukang cuci, garin, pengemis dan lainnya) datang ke outlet mengambil stiker yang mereka inginkan, menyerahkannya kepada kasir lalu menikmati makanan dan minuman yang mereka pilih secara gratis. Pada awal-awal Kopi Dindiang diperkenalkan, pemilik warung/*kafe/lapau* aktif memberitahukan kepada para sasaran manfaat bahwa di tempat itu tersedia makanan dan minuman gratis.

1.5.3 Konsep Eksistensi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) eksistensi adalah keberadaan, kehadiran atau kemunculan yang mengandung unsur bertahan. Sedangkan menurut Abidin Zaenal (2007:16) eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya

Jika dikaitkan dengan konsep ini, praktik sosial *charity* model Kopi Dindiang masih memiliki eksistensi namun memang sudah menurun jika dibandingkan dengan beberapa tahun kebelakang yang keberadaannya sangat terkenal dan jadi perbincangan banyak orang. Hal ini tentunya tidak terlepas dari peran dari agen-agen yang terlibat di dalamnya baik itu pelopor, donatur dan pemilik outlet. Konsep eksistensi digunakan dalam penelitian ini untuk melihat keberadaan dan kebertahanan dari praktik sosial *charity* model Kopi Dindiang.

1.5.4 Tinjauan Sosiologis

Teori merupakan wahana untuk menafsirkan dan menilai fakta. Selain itu Damsar (2015) mengatakan bahwa teori dapat meramalkan masa yang akan datang dan merencanakan masa depan serta menjelaskan fenomena yang diamati. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori strukturalisme konstruktivis atau biasa dikenal dengan teori praktik yang dipopulerkan oleh Pierre Bourdieu. Menurut Takwin (2009) dalam Damsar (2019:193) teori praktik sosial Bourdieu merupakan teori yang menjelaskan realitas sosial yang muncul dari proses dialektika antara struktur dan agensi atau antara struktur objektif dan subjektif. Ia mengajukan teori praktik sosial dengan persamaan: $(\text{Habitus} \times \text{Modal}) + \text{Ranah} = \text{Praktik}$. Teori ini merupakan produk dari relasi habitus sebagai produk sejarah (proses internalisasi eksternalitas), dan ranah yang juga produk sejarah (proses eksternalisasi internalitas), yang mana dalam ranah ada pertarungan, kekuatan-kekuatan serta orang yang banyak memiliki modal.

Bagi Bourdieu, para agen interaksi sosial adalah para pelaku strategi (*strategists*), sementara ruang dan waktu merupakan segi yang integral dalam strategi itu. Praktik strategis mereka distrukturkan oleh lingkungan sosiokulturalnya, yang dinamakan Bourdieu sebagai habitus mereka, yang meliputi disposisi-disposisi terstruktur yang pada akhirnya akan menjadi basis bagi penstrukturan terus-menerus (Bourdieu, 1977 dalam Beilharz, 2002:48). Beberapa konsep penting dalam teori praktik Bourdieu yaitu, habitus, arena/ranah/medan (*field*), dan modal (Ritzer, 2010:522-533)

1) Habitus

Habitus adalah “struktur mental atau kognitif” yang digunakan agen untuk menghadapi kehidupan sosial. Agen dibekali serangkaian pola yang diinternalisasikan guna untuk merasakan, memahami, menyadari dan menilai dunia sosial, dari sinilah agen memproduksi tindakan mereka dan menilainya. Habitus mencerminkan pembagian objektif dalam struktur kelas seperti menurut umur, jenis kelamin, kelompok, dan kelas sosial. Lazvardi (2012:239) juga menjelaskan bahwa habitus diinternalkan dari kondisi sosial tempat masyarakat bertindak, tiap-tiap habitus bersesuaian dengan rangkaian hubungan sosial tertentu seperti kelas sosial, gender, dan seterusnya. Habitus diperoleh dari lamanya posisi yang diduduki oleh seseorang dalam kehidupan sosial oleh karena itu habitus setiap orang akan berbeda-beda, tidak semua orang memiliki kebiasaan yang sama, akan tetapi orang yang menduduki posisi yang sama cenderung akan mempunyai kebiasaan yang sama.

Habitus pada waktu tertentu merupakan hasil dari ciptaan kehidupan kolektif yang berlangsung pada periode historis relatif panjang. Kebiasaan individu tertentu diperoleh melalui pengalaman hidupnya. Habitus menghasilkan dan dihasilkan oleh kehidupan sosial. Dalam hal ini, tindakanlah yang mengantar habitus dan kehidupan sosial. Di satu pihak, habitus diciptakan melalui praktik (tindakan), dipihak lain habitus adalah hasil tindakan yang diciptakan kehidupan sosial.

Harker, dkk (2005:16) menyatakan habitus berfungsi “di bawah tingkat kesadaran dan bahasa, di luar jangkauan pengamatan dan pengendalian oleh

kemauan”. Meski kita tidak menyadari secara penuh habitus dan cara bekerjanya, namun ia mewujudkan dirinya sendiri dalam aktivitas kita yang sangat praktis seperti cara kita makan, berjalan, berbicara, berpakaian, dan bahkan dalam cara membuang ingus.

2) Modal

Modal dalam pengertian Bourdieu sangatlah luas karena mencakup: modal ekonomi, modal budaya, modal simbolik dan modal sosial digunakan untuk merebut dan mempertahankan perbedaan dan dominasi. Modal harus ada dalam setiap arena, agar arena mempunyai arti. Legitimasi agen dalam tindakan sosial dipengaruhi oleh modal yang dimiliki. Modal dapat dipertukarkan antara modal yang satu dengan modal yang lainnya, modal juga dapat diakumulasi antara modal yang satu dengan yang lain. Akumulasi modal merupakan hal yang sangat penting di dalam arena.

Modal yang dimaksud oleh Bourdieu adalah: a) modal sosial yang termanifestasikan melalui hubungan-hubungan atau jaringan yang merupakan sumber daya dalam penentuan dan reproduksi kedudukan-kedudukan sosial. Modal sosial atau jaringan sosial ini dimiliki pelaku (individu atau kelompok) dalam hubungannya dengan pihak lain yang memiliki kuasa. b) modal ekonomi merupakan modal yang secara langsung bisa ditukar, dipatenkan sebagai hak milik individu modal ekonomi, di antaranya adalah alat-alat produksi (mesin, tanah, tenaga kerja), materi (pendapatan, benda-benda), dan uang. c) modal budaya (kultural) merupakan selera bernilai budaya dan pola-pola konsumsi. modal budaya juga dapat didefinisikan sebagai keseluruhan kualifikasi intelektual

yang didapatkan seseorang melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga, seperti kemampuan menampilkan diri di depan publik, kepemilikan benda-benda budaya bernilai tinggi, pengetahuan dan keahlian tertentu. Dengan demikian modal kultural merupakan representasi kemampuan intelektual yang berkaitan dengan aspek logika, etika, maupun estetika. d) modal simbolik, modal ini tidak terlepas dari kekuasaan simbolik, yaitu kekuasaan yang memungkinkan untuk mendapatkan setara dengan apa yang diperoleh melalui kekuasaan fisik dan ekonomi, berkat akibat khusus suatu mobilisasi. Modal simbolik yang mengacu pada derajat akumulasi *prestise*, ketersohoran, konsekrasi atau kehormatan, dan dibangun di atas dialektika pengetahuan (*connaissance*) dan pengenalan (*reconnaissance*).

Dengan demikian, modal punya kaitan erat dengan habitus. Modal hadir dalam diri seseorang atau bersamaan dengan habitus. Sebagaimana habitus, modal menjadi bagian tak terpisahkan dari pertarungan agen di dalam arena. Habitus senantiasa menemukan dirinya dalam arena, sedangkan arena memasang modal sebagai bagian penting di dalam dirinya

3) Arena (*Field*)

Konsep ranah atau arena atau medan (*field*) merupakan ruang atau semesta sosial tertentu sebagai tempat para agen sosial saling bersaing. Arena tidak selalu berupa pagar di sekelilingnya, melainkan sebagai “arena kekuatan” Hal ini karena adanya tuntutan untuk melihat arena secara dinamis. Di dalam arena para agen bersaing untuk mendapatkan berbagai sumber maupun kekuatan simbolis. Bourdieu melihat lingkungan sebagai sebuah arena pertarungan: “lingkungan

perjuangan” (Bourdieu dan Wacquant, 1992:101 dalam Ritzer, 2010). Lingkungan adalah jenis pasar kompetisi diantara berbagai jenis modal (ekonomi, kultur, simbolik, dan sosial)

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, dapat dilihat bahwa eksistensi warung/kafe/lapau yang menggunakan program Kopi Dinding tentu tidak terlepas dari peran para agen yang terlibat di mana agen-agen ini menduduki posisi yang berbeda tentu memiliki habitus dan modal yang berbeda pula baik itu modal ekonomi, modal kultural, modal simbolik ataupun modal sosial. Agen pada praktik sosial *charity* model Kopi Dinding ini datang dari berbagai kalangan seperti: *Sales*, Pegawai Bank, Dosen, Pengacara, bahkan Manager Perkantoran.

1.5.5 Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah penelitian terdahulu yang bisa dijadikan rujukan untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian relevan yang terkait dengan topik mengenai *charity* diantaranya, **Pertama** penelitian oleh Ignatia Dewi Purwaningsih dan Nasiwan (2017) yang berjudul *Peran “Komunitas Bagi Nasi Pagi” Magelang dalam Pembentukan Karakter Peduli Sosial*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran komunitas bagi nasi pagi di Magelang dalam pembentukan karakter peduli sosial. Sedangkan hasil yang didapat menunjukkan bahwa: (1) Proses pembentukan karakter dalam Komunitas bagi nasi pagi Magelang adalah melalui pembiasaan (habitulasi). Pembiasaan tersebut tumbuh dari adanya aksi yang dilakukan berulang-ulang. Kepedulian sosial dalam “Komunitas Bagi Nasi Pagi” Magelang terlihat dalam bentuk pembagian nasi bungkus dan takjil, pendampingan santri Taman Pendidikan Al-

Quran, pembersihan sungai, selokan dan masjid, memberikan sumbangan ke panti asuhan dan masyarakat miskin, menjenguk teman yang sakit, dan takziah. (2) Peran “Komunitas Bagi Nasi Pagi” Magelang adalah sebagai media sosialisasi dalam penanaman nilai karakter sekaligus menjadi mitra keluarga dan sekolah dalam membangun karakter. “Komunitas Bagi Nasi Pagi” Magelang sebagai bagian dari masyarakat merupakan sebuah embrio gerakan sosial yang bergerak dalam ranah *civil society*.

Penelitian **kedua** dilakukan oleh Hendiana Tanti (2015) yang berjudul *Bentuk Loyalitas Donatur pada Organisasi Filantropi*. Fokus penelitian ini adalah untuk menggali dan menganalisis informasi tentang bentuk-bentuk loyalitas pelanggan/donatur pada organisasi filantropi. Hasil riset menunjukkan bahwa donatur yang memiliki komitmen relasional yang tinggi, kepercayaan yang besar pada organisasi, dan rasa terima kasih pada organisasi filantropi cenderung memiliki perilaku loyal pada organisasi filantropi di mana mereka selama ini mendonasikan uangnya. Adapun bentuk-bentuk loyalitas yang mereka lakukan antara lain adalah berupa kemauan untuk terus memberikan sumbangan di organisasi filantropi, apabila mendapat rezeki yang lebih banyak maka jumlah donasi yang mereka berikan juga akan ditingkatkan, tidak akan beralih ke organisasi lainnya, rela/berkenan untuk memberikan sumbangan tenaga dan pikiran mereka apabila organisasi membutuhkannya, serta tidak sungkan-sungkan untuk memberikan masukan demi kebaikan dan masa depan organisasi tersebut. Dengan demikian, hasil riset ini mendukung konsep *relationship marketing* dan konsep loyalitas di organisasi nirlaba.

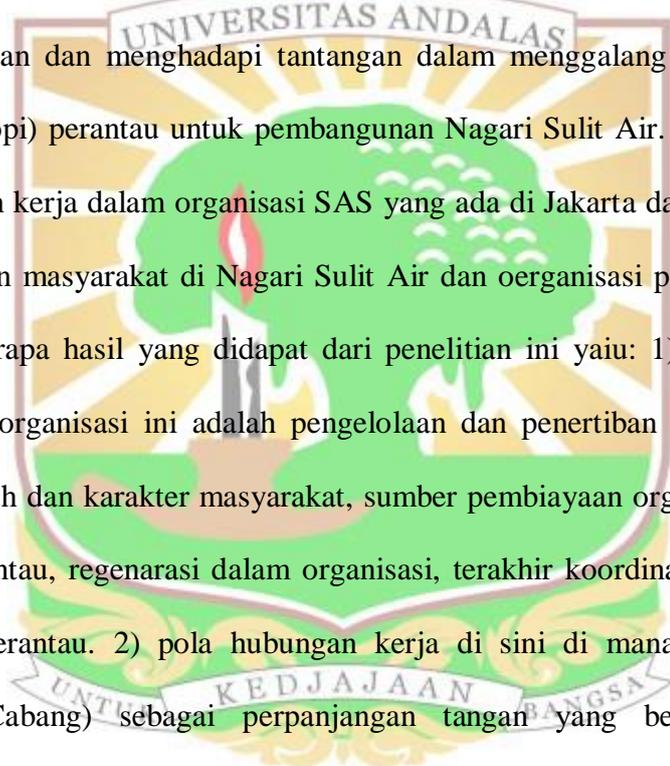
Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farhan dan Noor Arif (2017) yang berjudul *Peran Lembaga Filantropi Islam dalam Mengentaskan Kemiskinan Warga DKI Jakarta: Studi Kasus Bazis DKI Jakarta*. Fokus tulisan ini adalah menjelaskan tentang manajemen BAZIS DKI Jakarta dalam menyalurkan zakat, infak, sedekah masyarakat sampai kepada para Mustahiq. Untuk hasil dari penelitian ini adalah Lembaga BAZIS DKI Jakarta telah berupaya meningkatkan kesejahteraan warga DKI Jakarta. Beberapa program BAZIS di antaranya Jakarta bertaqwa, Jakarta cerdas, Jakarta mandiri, Jakarta peduli, dan Jakarta sadar zakat.

Keempat, penelitian dari Zaini M. Amin (2018) yang berjudul *Pelaksanaan Program Bantuan Qatar Charity di Aceh Indonesia (Kajian Terhadap Pengetahuan, Kesadaran dan Penerimaan Masyarakat Aceh)*. Fokus dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana landasan hukum operasional Qatar Charity di Aceh Indonesia, yang kedua untuk mengenal apa saja program yang dilaksanakan Qatar Charity dalam pemberdayaan masyarakat Aceh Indonesia, yang ketiga untuk memahami tingkat pengetahuan kesadaran dan penerimaan masyarakat Aceh terhadap program Qatar Charity dan yang terakhir untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat operasional kegiatan yang dijalankan kepada masyarakat Aceh. Sedangkan hasil penelitian menunjukkan adanya MOU Qatar Charity dengan Pemerintah Indonesia sebagai landasan hukum yang kuat dalam operasional semua jenis bantuan yang disalurkan kepada masyarakat, dan masyarakat sudah memahami dan menerima program Qatar Charity, program ini mendapat dukungan dari pemerintahan

Indonesia dan jajarannya serta masyarakat, melalui teori *Stakeholder* dan *fardhu Kifayah* sebagai acuan yang melandasi aspek-aspek kegiatan ditengah-tengah masyarakat.

Terakhir, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Irdam Huri (2006) yang berjudul *Filantropi Kaum Perantau; Studi Kasus Kedermawanan Sosial Organisasi Perantau Sulit Air Sepakat (SAS), Kabupaten Solok, Sumatera Barat*.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) mengetahui strategi organisasi SAS dalam mencapai tujuan dan menghadapi tantangan dalam menggalang kedermawanan sosial (filantropi) perantau untuk pembangunan Nagari Sulit Air. 2) mempelajari pola hubungan kerja dalam organisasi SAS yang ada di Jakarta dan daerah rantau lainnya dengan masyarakat di Nagari Sulit Air dan oerganisasi perantau Minang lainnya. Beberapa hasil yang didapat dari penelitian ini yaiu: 1) tantangan dan hambatannya organisasi ini adalah pengelolaan dan penertiban aset organisasi, budaya cemooh dan karakter masyarakat, sumber pembiayaan organisasi, kondisi ekonomi perantau, regenerasi dalam organisasi, terakhir koordinasi inventarisasi sumbangan perantau. 2) pola hubungan kerja di sini di mana DPC (Dewan Perwakilan Cabang) sebagai perpanjangan tangan yang bertugas sebagai perbantuan DPP (Dewan Perwakilan Pusat) di provinsi. Sedangkan untuk pola hubungan DPP-SAS dengan masyarakat rantau dan kampung serta pemerintahan Nagari Sulit Air adalah berdiskusi untuk membahas berbagai persoalan yang berkembang di kampung dan di daerah rantau.



Tabel 1.4
Perbedaan Penelitian yang sudah ada dengan Penelitian yang Dilakukan

No.	Penelitian	Judul	Perbedaan
1.	Ignatia Dewi Purwaningsih dan Dr. Nasiwan, M.Si. (Universitas Negri Yogyakarta, 2017)	Peran “Komunitas Bagi Nasi Pagi” Magelang dalam Pembentukan Karakter Peduli Sosial	-fokus penelitian -lokasi penelitian
2.	Hendriana Tanti (Universitas Airlangga, 2015)	Bentuk Loyalitas Donatur pada Organisasi Filantropi	-fokus penelitian -metode penelitian (wawancara mendalam dan triangulasi) -lokasi penelitian
3.	Muhammad Farhan dan Noor Arif (Pustakawan FE UNKRIS, 2017)	Peran Lembaga Filantropi Islam dalam Mengentaskan Kemiskinan Warga DKI Jakarta: Studi Kasus Bazis DKI Jakarta	-fokus penelitian -metode penelitian (deskriptif dan studi literatur) -lokasi penelitian
4.	Zaini M. Amin (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, 2018)	Pelaksanaan Program Bantuan Qatar Charity di Aceh Indonesia (Kajian Terhadap Pengetahuan, Kesadaran dan Penerimaan Masyarakat Aceh)	-fokus penelitian -metode penelitian (<i>field research</i>) -lokasi penelitian
5.	Irdam Huri (Piramedia, 2006)	Filantropi Kaum Perantau; Studi Kasus Kedermawanan Sosial Organisasi Perantau Sulit Air Sepakat (SAS), Kabupaten Solok, Sumatera Barat	-fokus penelitian

Sumber: Analisis Peneliti, Melalui penelusuran Internet dan Buku

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Afrizal (2014:11) Menjelaskan bahwa adanya ketidaksamaan antara konsep pendekatan penelitian dengan konsep metode penelitian. Pendekatan

penelitian mengacu pada perspektif teoritis yang dipakai oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Sedangkan metode penelitian adalah cara yang dipakai oleh peneliti untuk memecahkan masalah dan mencari jawaban atas masalah penelitiannya.

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam metode penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang merupakan penelitian khusus objek yang tidak dapat diteliti secara statistik atau kuantifikasi. Pendekatan kualitatif biasanya digunakan untuk meneliti peristiwa sosial dan gejala rohani. Misalnya, kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, gerakan sosial, dan keagamaan (Basrowi & Suwandi, 2008 dalam Ghony & Almanshur, 2017)

Sementara itu, tipe penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah tipe deskriptif karena mencoba untuk mendeskripsikan ucapan, tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati di mana dalam penelitian ini adalah orang-orang yang berkontribusi dalam praktik sosial bebragi (*charity*) model Kopi Dinding, serta menganalisis bagaimana habitus dan modal yang mereka gunakan dalam melakukan praktik sosial derma (*charity*) tersebut (Moleong, 2014:6)

Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan tipe deskriptif pada penelitian ini adalah karena pendekatan dan tipe tersebut dapat mengungkapkan dan mencari data mengenai praktik sosial *charity* model Kopi Dinding secara mendetail dan peneliti juga lebih intens berinteraksi dengan informan serta menggali seluruh informasi yang dibutuhkan untuk menjawab tujuan penelitian. Data yang diperoleh peneliti tentu saja berupa ucapan dan tulisan pelaku.

1.6.2 Informan Penelitian

Untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, maka diperlukan informan penelitian. Moleong (2004:132) Menjelaskan informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal. Ia memberikan pandangan dari tentang nilai-nilai, sikap, bangunan, proses, dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian tersebut.

Sedangkan menurut Afrizal (2014:139), informan penelitian yaitu orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian kepada peneliti. Informan terbagi menjadi dua kategori, antara lain:

- 1) Informan Pengamat, yaitu informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Informan pada kategori ini dapat orang yang tidak diteliti, artinya adalah orang yang mengetahui orang yang akan kita teliti atau mereka yang disebut saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Dalam penelitian informan pengamat yang ditemukan adalah pelopor Kopi Dindiang dan aktivis Kopi Dindiang yang masih aktif.
- 2) Informan pelaku, yaitu informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Mereka merupakan subjek penelitian itu sendiri. Informan pelaku dalam

penelitian ini ialah para donatur, dan aktivis yang sudah tidak aktif lagi pada program Kopi Dinding di Kota Padang.

Sedangkan untuk mendapatkan informan penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni dengan cara mencari informan-informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Menurut Bungin (2007:107-108) *purposive* adalah salah satu strategi menentukan informan yang paling umum dalam penelitian kualitatif, yaitu dengan menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, kriteria yang ditetapkan oleh peneliti untuk seorang informan antara lain:

- 1) Orang yang menggagas program Kopi Dinding.
- 2) Donatur yang dulunya pernah dan sering berderma di outlet Kopi Dinding, namun sekarang sudah tidak lagi.
- 3) Aktivis yang dulunya gencar mempromosikan Kopi Dinding, namun sekarang sudah tidak lagi.



Tabel 1.5
Informan Penelitian

No.	Nama	Umur	Pekerjaan	Kriteria	Ket
1.	Miko Kamal	50 Th	Advokat (Managing Partner) & Wirausaha	Pelopori KD	Pengamat
2.	Pavel Almairi	25 Th	Belum Bekerja	Aktivis (tidak aktif)	Pelaku
3.	Musfi Yendra	37 Th	Dosen & Wirausaha	Donatur (tidak aktif)	Pelaku
4.	Hamdan K.	25 Th	Pengajar	Donatur (tidak aktif)	Pelaku
5.	Yudha	29 Th	Pegawai Swata	Donatur (tidak aktif)	Pelaku
6.	Lukman F. P.	30 Th	Advokat dan Dosen	Donatur (tidak aktif)	Pelaku
7.	Darma Hendra	31 Th	Wiraswasta (Pemilik)	Donatur (tidak aktif)	Pelaku
8.	Edmon Salwa	44 Th	Wiraswasta & Anggota DPRD Padang	Aktivis (aktif)	Pengamat

Sumber: Data Primer, 2020

1.6.3 Data yang Diambil

Dalam penelitian untuk mendapatkan data atau informasi yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Dalam penelitian kualitatif terdapat dua sumber data (Sugiyono, 2013:104) yaitu:

- 1) Data Primer, merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang didapatkan langsung dari seseorang atau kelompok yang diteliti dalam penelitian ini. Seperti hasil dari wawancara yang dilakukan pada informan yang berdasarkan tujuan penelitian.
- 2) Data Sekunder, merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen dan bisa juga melalui internet. Data sekunder biasanya didapatkan dari

lembaga atau instansi yang ada di lokasi penelitian. Data yang dimaksud seperti jumlah outlet serta nama-nama warung/kafe/lapau yang menggunakan konsep praktik sosial *charity* model Kopi Dinding.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara Mendalam

Wawancara adalah pertemuan langsung antara peneliti dengan informan dengan maksud mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan peneliti melalui percakapan. Esterberg (dalam Sugiyono, 2013:231) mendefinisikan interview adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara yang telah dilakukan adalah wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara mendalam merupakan sebuah wawancara informal antara pewawancara dengan informan yang dilakukan secara berulang-ulang (Taylor dalam Afrizal 2005:69). Untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur dimana pewawancara hanya menggunakan pedoman wawancara berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Dalam wawancara tidak terstruktur peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang diceritakan informan. Berdasarkan analisis terhadap setiap jawaban dari informan tersebut, maka peneliti dapat mengajukan berbagai pertanyaan berikutnya yang lebih mengarahkan pada tujuan penelitian (Sugiyono, 2013:234)

Dalam hal ini, wawancara yang telah dilakukan kepada informan terkait perkembangan program derma (*charity*) model Kopi Dindiang, penyebab tidak aktifnya outlet Kopi Dindiang, penyebab menurunnya jumlah donatur di outlet Kopi Dindiang dan gambaran mengenai habitus maupun modal para donatur serta pemilik outlet dalam arena praktik sosial derma (*charity*) model Kopi Dindiang. Pada saat melakukan wawancara mendalam penulis sedikit mengalami kendala untuk menggali informasi, ini terjadi karena kurang hubungan yang terjalin antara peneliti dengan informan sebab wawancara yang dilakukan hanya melalui via online (media sosial) seperti whatsapp, instagram, dan telepon jadinya peneliti hanya bisa menangkap apa yang disampaikan informan tanpa mengetahui bagaimana kondisi, situasi, dan ekspresi informan saat memberi informasi.

Alasan peneliti memilih teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*) adalah karena bisa menentukan, mengetahui, dan menggali informasi yang lebih dalam lagi mengenai kegiatan praktik sosial derma (*charity*) model Kopi Dindiang. Dalam hal ini peneliti juga melakukan pengamatan dengan melihat bagaimana keadaan dari masing-masing outlet Kopi Dindiang mulai dari outlet yang masih aktif, yaitu: lapau Ongga, hingga yang sudah tidak aktif, diantaranya: Kafe Nusantara dan Koperasi Bung Hatta.

2) Observasi

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan untuk mengamati informan dengan menggunakan panca indera agar dapat memahami setiap kegiatan yang dilakukan oleh informan. Marshall (dalam

Sugiyono, 2013:226) menyatakan bahwa melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Dengan observasi kita dapat melihat, mendengar dan merasakan apa yang sebenarnya terjadi. Teknik observasi bertujuan untuk memperoleh data yang bisa menjelaskan permasalahan penelitian.

Alasan peneliti memilih teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*) dan observasi adalah karena bisa menentukan, mengetahui, dan menggali informasi yang lebih dalam lagi mengenai kegiatan praktik sosial *charity* model Kopi Dinding. Dalam hal ini pengamatan yang akan dilakukan adalah melihat bagaimana keadaan dari masing-masing outlet Kopi Dinding mulai dari outlet yang masih aktif, yaitu: lapau Ongga, hingga yang sudah tidak aktif, diantaranya: Kafe Nusantara dan Koperasi Bung Hatta.

1.6.5 Unit Analisis

Hal terpenting dalam penelitian ilmu sosial adalah menentukan suatu yang berkaitan dengan apa atau siapa yang dipelajari. Persoalan tersebut bukan menyangkut topik riset, tetapi apa yang disebut dengan unit analisis. Dari unit analisis itulah data diperoleh, dalam arti kepada siapa atau apa, tentang apa, proses pengumpulan data diarahkan. Unit analisis dalam suatu penelitian berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan pengertian lain. Objek yang diteliti ditentukan dengan kriterianya sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Unit analisis dapat berupa individu, masyarakat, lembaga (keluarga, perusahaan, organisasi, negara dan komunitas).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu orang-orang yang berkontribusi dalam kegiatan praktik sosial *charity* model Kopi Dinding seperti pelopor, aktivis atau penggerak, donatur, dan pemilik outlet dengan tujuan untuk memperoleh informasi.

1.6.6 Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit analisis, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, lalu membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2013:244)

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis data sesuai dengan Model Miles dan Huberman (Afrizal, 2014: 174-180), yaitu:

- 1) Kodifikasi Data, pada tahap ini peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Caranya yaitu, peneliti menulis ulang catatan lapangan yang telah dibuat selama melakukan wawancara baik itu tertulis maupun dalam bentuk rekaman. Kemudian catatan itu dibaca dilanjutkan dengan memilah informasi yang penting dan yang tidak penting dengan memberikan tanda-tanda pada data tersebut. Setelah itu, peneliti memberikan perhatian khusus pada penggalan informasi yang penting dan sesuai yang diinginkan. Kemudian, peneliti menginterpretasikan apa yang dimaksud penggalan tersebut hingga menemukan informasi yang tepat.

- 2) Penyajian Data, tahap lanjutan analisis di mana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan untuk menggunakan matrik dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian.
- 3) Penarikan kesimpulan atau verifikasi, adalah suatu tahap di mana peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi peneliti atas temuan dari sebuah wawancara atau dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan.

1.6.7 Definisi Operasional Konsep

- 1) Praktik Sosial adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh agen secara berulang-ulang dan di dalam tindakan tersebut adanya aturan-aturan yang telah disepakati oleh masyarakat, akan tetapi aturan di sini bukanlah sebuah pekekang, namun menjadi sarana yang kemudian menciptakan sebuah realitas sosial terus menerus.
- 2) Agen adalah individu yang menjadi pelaku sebuah tindakan yang dilakukan secara berulang-ulang.
- 3) *Charity* adalah memberikan sebagian harta yang kita miliki kepada seseorang yang sedang membutuhkan seperti papan, sandang dan pangan.
- 4) Kopi Dinding adalah salah satu program derma yang dipelopori oleh Miko Kamal melalui bisnis sosial. Program ini derma dalam bentuk pangan.

- 5) Outlet dalam dunia bisnis adalah tempat untuk memasarkan suatu produk hasil dari kegiatan produksi. Seperti: dealer, toko, warung dan lain-lain.
- 6) Donatur adalah orang yang secara tetap memberikan sumbangan berupa uang kepada suatu perkumpulan dan sebagainya. Donatur bisa juga diartikan sebagai penyumbang tetap atau penderma tetap.

1.6.8 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dapat diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penelitian. Tempat tersebut tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014:128). Dalam penelitian ini lokasi penelitiannya adalah beberapa outlet Kopi Dinding yang terdapat di Kota Padang, Sumatera Barat. Adapun alasan hanya memilih outlet yang berada di Padang adalah karena Kota Padang merupakan tempat pertama kalinya praktik sosial *charity* model Kopi Dinding diberlakukan. Selain itu, juga karena keterbatasan jarak, waktu, dan tenaga peneliti untuk mengakses keseluruhan outlet yang tersebar di berbagai daerah bahkan sampai ke luar kota.

1.6.9 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan setelah seminar proposal pada bulan Januari 2020 yaitunya dari bulan Februari seperti yang terlihat pada table di bawah ini:

Tabel 1.6
Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	2020						
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
Seminar Proposal							
Penelitian Lapangan							
Penulisan dan Bimbingan Skripsi							
Sidang Skripsi							