

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat penjabaran mengenai hasil pelaksanaan proyek tugas akhir yang disusun berdasarkan identifikasi permasalahan serta tujuan yang ingin dicapai. Berikut penjelasan lebih lanjut sesuai dengan teori dan metode yang diteliti, analisis masalah, serta metode yang digunakan dalam proses perancangan dan produksi karya. Proyek tugas akhir dikemas dalam bentuk perancangan dan produksi *merchandise kit* yang bertujuan untuk membangun *sense of belonging* peserta pelatihan Pusdiklat BAZNAS. Penulis menjalankan peran utama sebagai perancang *merchandise kit* sekaligus koordinator proyek, yang bertanggung jawab mulai dari tahap riset dan pengumpulan data, perancangan desain, koordinasi produksi bersama vendor, hingga distribusi kepada peserta pelatihan dan evaluasi keberhasilan luaran. Adapun proses pembuatan proyek tugas akhir ini terbagi menjadi tiga tahap produksi, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Berikut adalah pembahasan menyeluruh mengenai pelaksanaan proyek tugas akhir ini.

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Amil Zakat Nasional (Pusdiklat BAZNAS) merupakan Lembaga resmi yang dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Ketua BAZNAS Nomor 176 Tahun 2017 dan diresmikan pada 4 Oktober 2017 oleh Menteri Agama. Lembaga ini hadir sebagai unit kerja pengembangan SDM amil zakat untuk menjawab kebutuhan mendesak akan pengelola zakat yang kompeten, profesional, dan berdaya saing di seluruh Indonesia.

Secara kelembagaan, Pusdiklat BAZNAS dipimpin oleh seorang Kepala Pusdiklat dan didukung oleh empat bagian utama, yaitu: Bagian Perencanaan dan Pengembangan Standar dan Kurikulum, Bagian Penyelenggaraan Diklat, Bagian Mutu dan Kemitraan, serta Bagian Operasional. Keempat bagian ini bekerja secara sinergis untuk memastikan seluruh program Pendidikan dan pelatihan berjalan secara sistematis, akuntabel, dan berorientasi pada peningkatan kualitas SDM amil zakat di seluruh wilayah.

Pusdiklat BAZNAS menjadi objek utama karena perannya sebagai penyelenggara pelatihan kompetensi amil zakat secara nasional. Sepanjang tahun 2025, Pusdiklat BAZNAS telah menyelenggarakan 27 program pelatihan dengan cakupan tema yang menyeluruh, mulai dari Pelatihan Berbasis Kompetensi (PBK) Skema Kualifikasi 3, pelatihan kepemimpinan BAZNAS daerah, audit internal zakat, manajemen kebencanaan, hingga layanan prima. Program-program tersebut diselenggarakan di berbagai kota di Indonesia dengan target minimal 20 peserta per program.

Sebagai momentum strategis dalam rangka Hari Pendidikan Nasional tahun 2026, Pusdiklat BAZNAS meluncurkan tiga program pelatihan prioritas yang dibuka secara serentak untuk peserta dari seluruh wilayah Indonesia, yaitu: Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat (12–13 Mei), Skema Manager Pengumpulan (18–20 Mei), dan Pelatihan Perencanaan Monitoring dan Evaluasi Program Penyaluran (19–21 Mei). Dalam rangkaian pelatihan inilah perancangan dan produksi *merchandise kit* ini diimplementasikan sebagai media fisik penunjang yang bertujuan untuk membangun *sense of belonging* para peserta.

## 4.2 Analisis Masalah

Pusdiklat BAZNAS sebagai lembaga yang bertugas meningkatkan kapasitas amil melalui Pelatihan Berbasis Kompetensi (PBK) masih menghadapi tantangan. Dari sekitar 7.006 amil di Indonesia, baru 2.624 amil yang mengikuti pelatihan, dan beberapa program tidak mencapai target peserta.

Selain itu, pada pelatihan yang telah dilaksanakan, Pusdiklat BAZNAS saat ini hanya menyediakan satu jenis kaos dengan desain yang sangat sederhana. Media fisik tersebut belum mampu membangun *sense of belonging* yang kuat. Padahal, rasa memiliki dan kebanggaan terhadap komunitas amil professional sangat dibutuhkan.

Merchandise kit yang bermakna dan eksklusif dapat menjadi simbol pencapaian yang terlihat jelas. Ketika peserta dengan bangga memakai atau membawa merchandise tersebut di luar kegiatan pelatihan, hal itu dapat

menarik perhatian amil lain yang belum mengikuti pelatihan. Merchandise berfungsi sebagai penanda visual bahwa pemakainya adalah amil yang telah menjadi profesional tersertifikasi melalui Pusdiklat BAZNAS.

Oleh karena itu, perancangan *merchandise kit* yang fungsional dan berkualitas bukan sekadar *souvenir*, melainkan langkah strategis untuk membangun *sense of belonging* dan mendukung peningkatan kualitas SDM amil zakat nasional.

### 4.3 Pra Produksi

Dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini berjudul “Perancangan dan Produksi *Merchandise kit* untuk membangun *Sense of Belonging* Peserta Pelatihan Pusdiklat BAZNAS”, penulis menjalankan peran utama sebagai perancang *merchandise kit* sekaligus koordinator proyek. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan berdasarkan pembagian tugas yang telah ditetapkan, yang mencerminkan peran dan tanggung jawab penulis dalam mendukung keberhasilan karya dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi. Berikut adalah uraian proses pelaksanaan karya bidang sesuai dengan *job description* penulis.

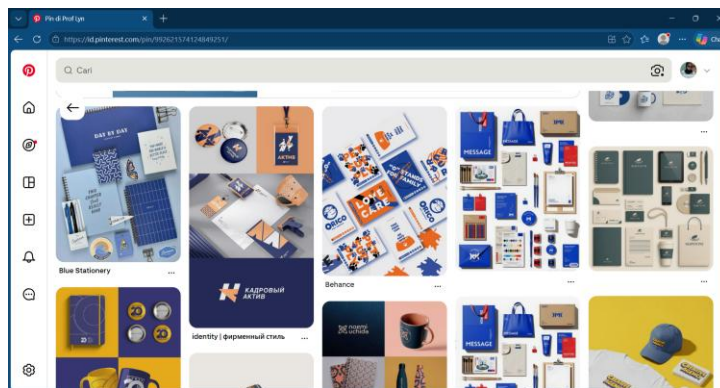
#### 4.3.1 Pengumpulan Data dan Identitas Visual



Gambar 4.1 Pengumpulan data melalui wawancara  
Proses perancangan *merchandise kit* Pusdiklat BAZNAS dimulai dengan pengumpulan data melalui wawancara. Wawancara dilakukan pada tanggal 2 April 2026 dengan Bapak Rizky Dias (Manager Pusdiklat BAZNAS) dan Bapak Kukuh Widyantoro (Staff Pusdiklat BAZNAS). Wawancara difokuskan untuk menggali pemahaman yang

lebih utuh mengenai visi dan misi lembaga, nilai-nilai inti lembaga, karakteristik peserta pelatihan, serta kebutuhan fungsional dan emosional selama kegiatan pelatihan. Dari hasil pengumpulan data ini, ditetapkan bahwa *merchandise kit* harus mencerminkan nilai kepercayaan, profesionalisme, dan identitas komunitas amil yang kuat selaras dengan identitas visual BAZNAS.

#### 4.3.2 Pencarian Referensi Desain Merchandise



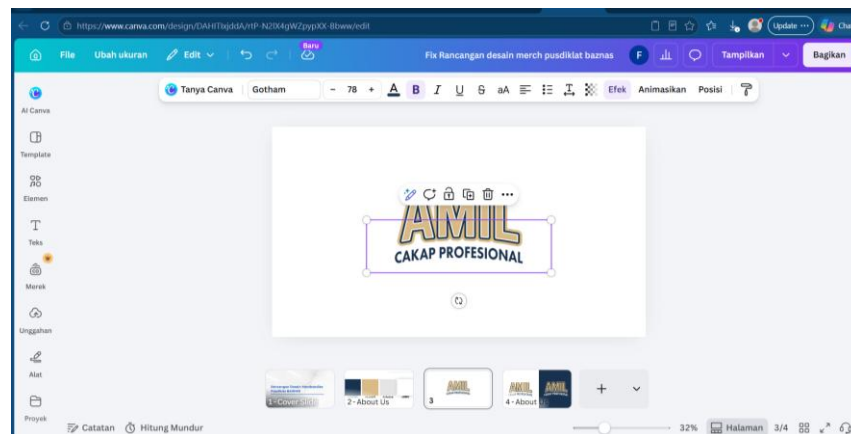
Gambar 4.2 Visualisasi Pencarian referensi desain merchandise

Pencarian referensi dilakukan melalui platform Pinterest dan Behance untuk mendapatkan inspirasi desain merchandise dari lembaga pelatihan, organisasi nonprofit, dan institusi pemerintah. Dari hasil penelusuran, ditemukan bahwa merchandise yang berhasil membangun sense of belonging umumnya memiliki elemen identitas komunitas yang kuat, konsistensi warna, tipografi yang tegas dan mudah terbaca, serta pesan visual yang memberdayakan penggunanya. Referensi-referensi tersebut kemudian dijadikan acuan dalam merumuskan arah desain yang tepat untuk *merchandise kit* Pusdiklat BAZNAS.

#### 4.3.3 Mendesain *Merchandise kit*

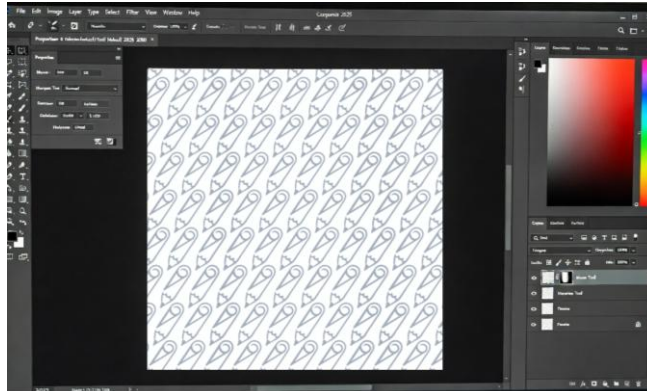
Pada tahap pembuatan desain *merchandise kit*, penulis menggunakan perangkat lunak Canva, IbisPaint, dan Adobe Photoshop sebagai alat utama dalam proses desain. Selama proses pembuatan desain, penulis memperhatikan berbagai aspek yang akan terlihat dari visual *merchandise kit*. Salah satu strategi visual yang diterapkan adalah penggunaan warna sebagai elemen identitas. Warna utama yang digunakan adalah warna *Navy Blue* (#193250) sebagai warna dominan

yang melambangkan kepercayaan dan profesionalisme, *Muted Gold/Beige* (#DABB85) untuk memberikan kesan eksklusivitas dan apresiasi, *Soft Gray* (#E5E5E6) sebagai penetral yang memberikan kesan modern dan formal, serta *Pure White* (#FFFFFF) yang melambangkan integritas dan transparansi. Dalam hal tipografi, penulis memutuskan untuk menggunakan jenis *font* Gotham. Pemilihan tipografi ini bertujuan untuk menciptakan hirarki visual yang jelas. Konsistensi dalam pembuatan desain *merchandise kit* menjadi perhatian utama penulis guna menjaga profesionalitas dan keseragaman tampilan *merchandise kit*.



Gambar 4.3 Proses Desain Tipografi Utama

Dalam proses editing di Canva, penulis membuat desain utama yang akan ada di item kaos dan notebook dengan menggunakan tipografi Gotham bold. Kata “AMIL” dirancang dengan ukuran lebih besar dan diberi efek lengkungan lalu outline berwarna *Muted Gold/Beige* dengan highlight putih dan *Navy blue*. Sementara kata “CAKAP PROFESIONAL” ditempatkan di bawahnya dengan ukuran lebih kecil menggunakan warna *Navy blue* dengan dipadukan efek lengkungan.



Gambar 4.4 Proses Desain Elemen Pensil

Dalam tahap editing pola motif pensil, penulis menggunakan Adobe Photoshop. Proses dimulai dengan membuat satu unit motif pensil secara menggunakan kombinasi Pen Tool dan Shape Tool. Setelah motif dasar selesai, penulis melakukan pengulangan pola dengan teknik Pattern di Photoshop. Langkah yang dilakukan pertama, motif pensil diseleksi dan didefinisikan menjadi pola melalui menu Edit > Define Pattern. Selanjutnya, penulis membuat layer baru berukuran sesuai sampul belakang, kemudian mengisi layer tersebut menggunakan Edit > Fill > Pattern, dan memilih pola pensil yang telah didefinisikan. Untuk menyempurnakan hasil pengulangan, penulis menggunakan fitur Filter > Other > Offset secara berulang guna memeriksa dan memperbaiki sambungan pola agar terlihat seamless (tanpa terlihat batas pengulangan). Opacity pola kemudian diturunkan menjadi sekitar 30% dan warna diubah menjadi soft grey agar tidak mendominasi namun tetap terlihat jelas. Desain ini akan direalisasikan di map folder dan notebook yang akan di produksi.

## 1. Desain Kaos

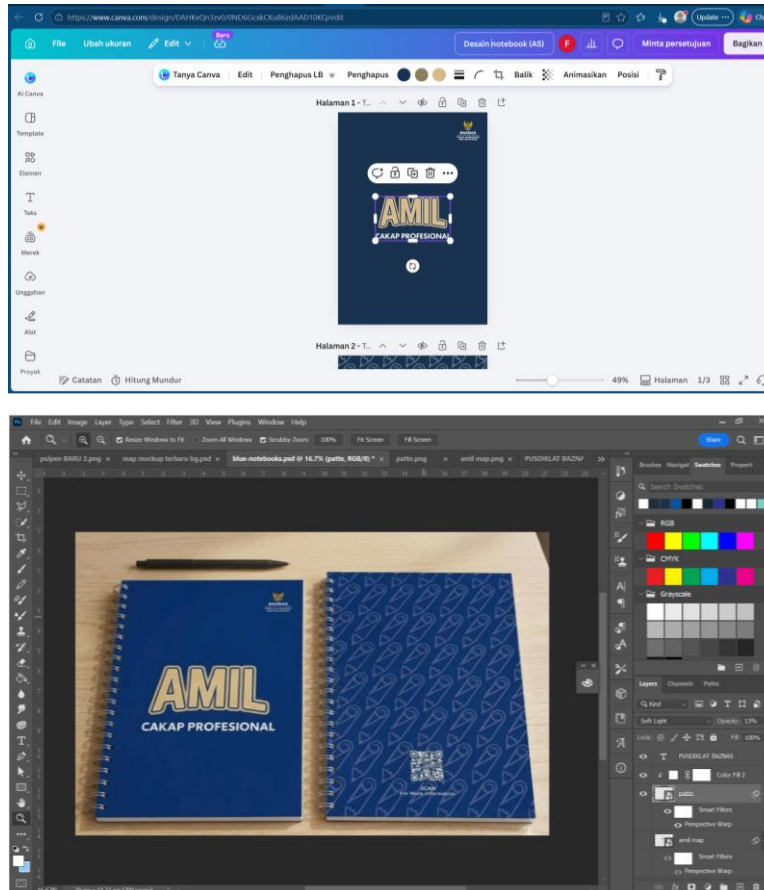


Gambar 4.5 Proses Desain Kaos

Dalam proses perancangan desain kaos, penulis melakukan penyempurnaan menggunakan perangkat lunak Canva dan Adobe Photoshop. Proses dimulai dengan memilih warna dasar kaos berupa navy blue yang memberikan kesan elegan, formal, dan profesional. Pada bagian depan kaos, penulis menempatkan desain tagline “AMIL CAKAP PROFESIONAL” yang sudah dibuat menggunakan perangkat lunak Canva. Kemudian dilakukan penyesuaian desain di Adobe Photoshop untuk menentukan posisi yang tepat di mockup kaos agar desain terlihat seimbang. Sedangkan pada bagian belakang kaos, penulis melakukan editing teks utama “SAYA SUDAH MENJADI AMIL CAKAP TERLATIH” dengan tipografi yang tegas dan mudah dibaca. Di bawahnya ditambahkan tulisan “PUSDIKLAT BAZNAS” dengan ukuran lebih kecil. Penyesuaian meliputi pengaturan spasi antar huruf (tracking) serta alignment agar teks terlihat rapi dan

profesional. Warna teks disesuaikan dengan warna putih dan *muted gold/beige* agar kontras dengan warna kaos.

## 2. Desain Notebook



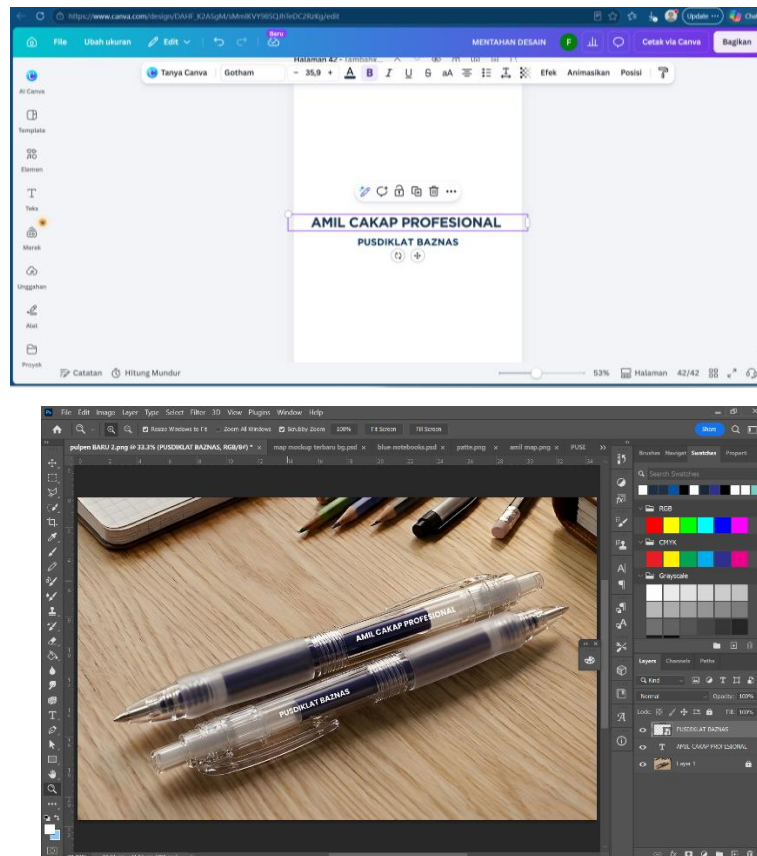
Gambar 4.6 Proses Desain Notebook

Dalam proses perancangan desain notebook, penulis melakukan beberapa tahapan penyempurnaan menggunakan aplikasi Canva dan Adobe Photoshop. Awalnya, penulis menyusun layout dasar dengan memadukan warna navy blue sebagai warna utama cover. Selanjutnya, dilakukan editing tipografi dengan menyesuaikan desain “AMIL CAKAP PROFESIONAL” yang sudah dibuat sebelumnya. Penulis juga menambahkan logo Pusdiklat BAZNAS di pojok kanan atas cover depan dengan penyesuaian ukuran dan posisi agar seimbang dengan elemen lain. Pada bagian belakang, penulis melakukan editing pola motif pensil berulang dengan warna soft grey. Proses ini meliputi pengaturan opacity, serta rotasi agar pola terlihat rapi dan tidak mengganggu

tampilan secara keseluruhan. Selanjutnya, penulis menyematkan QR Code di bagian belakang, kemudian melakukan penyesuaian ukuran dan kontras agar mudah discan. Seluruh elemen desain dievaluasi ulang untuk memastikan keselarasan warna dan komposisi agar sesuai identitas visual Pusdiklat BAZNAS. Beberapa kali revisi dilakukan hingga desain akhir dirasa sudah optimal sebelum dibuat mockup.

Dibandingkan dengan rancangan awal, terdapat dua penambahan penting pada desain notebook ini, yaitu penambahan logo Pusdiklat BAZNAS di cover depan dan penambahan QR Code di sampul belakang.

### 3. Pulpen



Gambar 4.7 Proses Desain Pulpen

Dalam proses perancangan desain pulpen, penulis melakukan penyusunan dan penyempurnaan menggunakan perangkat lunak Canva.



menggunakan warna *muted gold/beige* bertuliskan tagline “AMIL CAKAP PROFESIONAL” sebagai focal point visual saat map dibuka.

### 5. Tote bag



Gambar 4.9 Proses Desain *Tote bag*

Dalam proses perancangan desain *tote bag*, penulis melakukan kombinasi pengerjaan menggunakan perangkat lunak ibisPaint untuk pembuatan ilustrasi digital dan Adobe Photoshop untuk tahap *finishing*.

Ilustrasi dirancang dalam format tiga panel vertikal menggunakan warna *Navy Blue* untuk menjaga konsistensi warna. Setelah itu, penulis melakukan penyesuaian tata letak (*layout*) serta menambahkan tagline “AMIL CAKAP PROFESIONAL” dibagian bawah dan melakukan penyesuaian jarak antar huruf serta perataan Tengah (*center eligmentent*) agar posisi ilustrasi gambar dan tagline sejajar secara presisi.

#### 4.3.4 Review dan Revisi Klien

Setelah seluruh rancangan desain *merchandise kit* dibuat, dilakukan proses review bersama pihak Pusdiklat BAZNAS. Desain ditampilkan dalam bentuk mockup untuk memberikan gambaran nyata setiap item merchandise sebelum memasuki tahap cetak. Proses pengujian dari karya tugas akhir ini dilakukan melalui peninjauan dan evaluasi dari Bu Sarniti selaku ketua Pusdiklat BAZNAS, yang bertujuan untuk menguji apakah visual yang dirancang telah sesuai dengan identitas Pusdiklat Baznas. Hasil evaluasi didasarkan pada ketepatan desain dan kemudahan penyampaian informasi. Adapun poin-poin evaluasi hasil review yang diberikan oleh mitra adalah sebagai berikut:

- Tata letak elemen

Mitra menghendaki penyesuaian pada tata letak elemen. Pada item kaos bagian belakang jarak antar baris semula 1 *point* menjadi 1.05 *point* agar teks. Lalu pada bagian depan notebook dilakukan penyesuaian element desain “AMIL CAKAP PROFESIONAL” menjadi lebih kecil.

- Pesan yang disampaikan

Mitra memberikan masukan di teks kaos untuk menyederhanakan teks agar pesan bisa langsung tersampaikan pada pembaca.

- Penambahan QR Code di notebook dan map

Mitra menginstruksikan untuk menambahkan QR Code pada item notebook dan map agar tetap terhubung pada media social Pusdiklat BAZNAS.

#### 4.3.5 Final Artwork (FA)

Setelah seluruh revisi telah diterapkan dan mendapat persetujuan dari pihak Pusdiklat BAZNAS, proses selanjutnya masuk ke tahap Final Artwork yang siap untuk di produksi. Pada tahap ini dilakukan pengecekan teknis terhadap seluruh file desain, meliputi resolusi (DPI), mode warna (CMYK untuk keperluan cetak), keterkaitan gambar (*image link*), serta format file akhir yang

disesuaikan dengan spesifikasi vendor percetakan. Pengecekan ini sangat penting dilakukan agar hasil cetak massal nantinya presisi, warna tidak berubah, dan tidak ada gambar yang pecah. Sebagai panduan produksi bagi pihak vendor, berikut adalah rincian spesifikasi teknis dan ukuran dari setiap item *merchandise kit* yang diproduksi:

#### 1. Spesifikasi Kaos

- Bahan/Material: Cotton Combed 30s.
- Warna Kain: Navy
- Kode Warna: #193250
- Detail Penempatan & Ukuran Desain:

##### **Bagian Depan:**

Terletak pada dada sebelah kiri, menampilkan tulisan "AMIL CAKAP PROFESIONAL" dengan ukuran Lebar (L) = 9 cm dan Tinggi (T) = 5,5 cm.

##### **Bagian Belakang:**

Terletak pada bagian tengah atas, menampilkan tulisan "SAYA SUDAH MENJADI AMIL TERLATIH PUSDIKLAT BAZNAS" dengan ukuran Lebar (L) = 17 cm dan Tinggi (T) menyesuaikan secara proporsional.

#### 2. Spesifikasi Notebook

- Bahan Sampul (*Cover*): Art Paper 260 gr.
- Bahan Isi Buku: Kertas HVS 80 gr sebanyak 35 lembar.
- Warna Cover: Navy
- Kode Warna: #193250
- Ukuran: A5
- Detail Penempatan & Ukuran Desain:

##### **Cover Depan**

Terdapat logo Pusdiklat BAZNAS di pojok kanan atas dengan ukuran Lebar (L) = 2,5 cm dan Tinggi (T) = 2 cm, serta tulisan "AMIL CAKAP PROFESIONAL" di bagian

tengah dengan ukuran Lebar (L) = 8 cm dan Tinggi (T) = 5 cm.

#### **Cover Belakang**

Menampilkan desain *pattern* penuh (*full pattern*), dilengkapi dengan QR Code sosial media Pusdiklat BAZNAS berukuran Lebar (L) = 3,5 cm dan Tinggi (T) = 3,5 cm, serta tulisan "SCAN For More Information" di bawah QR dengan ukuran Lebar (L) = 4,5 cm dan Tinggi (T) = 1 cm.

### 3. Spesifikasi Map

- Bahan/Material: Art Carton 260 gr *glossy*.
- Warna Cover: Navy
- Kode Warna: #193250
- Ukuran: F4
- Detail Penempatan & Ukuran Desain:

#### **Cover Depan**

Terdapat logo Pusdiklat BAZNAS di bagian tengah dengan ukuran Lebar (L) = 8 cm dan Tinggi (T) = 7 cm.

#### **Cover Belakang**

Menampilkan desain *pattern* penuh (*full pattern*), dilengkapi dengan QR Code sosial media Pusdiklat BAZNAS berukuran Lebar (L) = 4 cm dan Tinggi (T) = 4 cm, serta tulisan "SCAN For More Information" tepat di bawah QR dengan ukuran Lebar (L) = 5 cm dan Tinggi (T) = 1 cm.

#### **Bagian Dalam**

Terdapat tulisan "AMIL CAKAP PROFESIONAL" dengan ukuran Lebar (L) = 9 cm dan Tinggi (T) = 1 cm.

### 4. Spesifikasi Pulpen

- Model/Mekanisme: Pulpen klik (*clicker*).
- Warna Tinta: Hitam.
- Detail Penempatan & Ukuran Desain:

### **Sisi Pertama**

Dicetak tulisan "AMIL CAKAP PROFESIONAL" dengan ukuran Lebar (L) = 5–6 cm dan Tinggi (T) = 0,5 cm.

### **Sisi Kedua**

Dicetak tulisan "Pusdiklat BAZNAS" dengan ukuran Lebar (L) = 4–5 cm dan Tinggi (T) = 0,5 cm.

## 5. Spesifikasi *Tote bag*

- Bahan/Material: Kain kanvas premium.
- Warna Kain: Navy
- Kode Warna: #193250
- Detail Penempatan & Ukuran Elemen Desain:

### **Ilustrasi Utama**

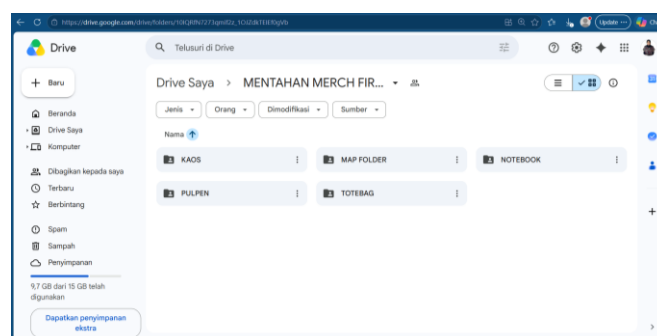
Gambar ilustrasi diatur dengan ukuran Lebar (L) = 7 cm dan Tinggi (T) = 15 cm.

### **Teks Slogan**

Tulisan "AMIL CAKAP PROFESIONAL" diatur dengan ukuran Lebar (L) = 9,5 cm dan Tinggi (T) = 5 cm.

### **Identitas Instansi**

Tulisan "PUSDIKLAT BAZNAS" diatur dengan ukuran Lebar (L) = 6,5 cm dan Tinggi (T) = 0,5 cm.



Gambar 4,10 File Final Artwork

Setelah seluruh spesifikasi teknis di atas terpenuhi, file FA di *upload* di drive dan diserahkan kepada klien dalam format file cetak dan file mentah (*raw file*) agar dapat dilakukan pencetakan kembali

secara mandiri, sesuai dengan keberjalanan produk yang telah disepakati bersama Pusdiklat BAZNAS.

#### **4.3.6 Realisasi Anggaran Biaya**

Realisasi anggaran ini disusun sebagai bentuk implementasi guna mendukung transparansi penggunaan dana dan akuntabilitas dalam pengelolaan anggaran, sekaligus mendukung kelancaran perancangan dan produksi *merchandise kit* Pusdiklat BAZNAS, yang mencakup kebutuhan bahan produksi, biaya cetak, serta pengadaan seluruh item yang diperlukan.

Sumber dana yang diperoleh berasal dari dua pihak, yaitu anggaran pribadi penulis serta kontribusi dari pihak klien, yakni Pusdiklat BAZNAS. Keputusan pembagian pembiayaan ini diambil berdasarkan kesepakatan bersama, mengingat proses pengajuan pengadaan barang/jasa formal ke BAZNAS Pusat memerlukan alur birokrasi dan waktu pemrosesan yang cukup lama. Agar tahapan produksi tidak mengalami keterlambatan dan dapat berjalan sesuai dengan *timeline* proyek yang telah ditentukan, maka disepakati alternatif pembagian kebutuhan anggaran ini.

Dalam perencanaannya, penulis membagi kebutuhan anggaran ke dalam beberapa kategori sesuai dengan jenis item yang diproduksi. Hal pertama yang dilakukan untuk mengelola dana secara efisien adalah memastikan total anggaran yang tersedia dari masing-masing pihak melalui diskusi awal bersama Kepala Pusdiklat BAZNAS dan Manager Pusdiklat BAZNAS. Penyusunan anggaran yang terperinci juga berfungsi sebagai pedoman dan batasan pembiayaan agar pengeluaran dapat dikendalikan secara rasional dan efisien. Berikut adalah tabel realisasi anggaran biaya pada tahap perancangan dan produksi *merchandise kit* Pusdiklat BAZNAS

Tabel 4.1 Realisasi Anggaran Biaya Produksi *Merchandise kit* Pusdiklat BAZNAS

No	Keterangan Jenis Kebutuhan	Unit	Biaya/Unit	Jumlah Harga	Sumber Dana
1.	Kaos	30 pcs	Rp 65.000	Rp 1.950.000	Klien
2.	Notebook	30 pcs	Rp 15.000	Rp 450.000	Klien
3.	Pulpen	30 pcs	Rp 5.500	Rp 165.500	Klien
4.	Map Folder	30 pcs	Rp 20.000	Rp 600.000	Klien
5.	<i>Tote bag</i>	30 pcs	Rp 30.000	Rp 900.000	Pribadi
6.	Canva Premium	1 Akun	Rp 20.000	Rp 20.000	Pribadi
7.	Ibis Paint Premium	1 Akun	Rp 40.000	Rp 40.000	Pribadi
<b>TOTAL</b>				<b>Rp 4.125.500</b>	

Berdasarkan rincian anggaran, total dana yang dibutuhkan dalam produksi *merchandise kit* Pusdiklat BAZNAS terbagi ke dalam dua sumber pendanaan utama. Item *tote bag* sepenuhnya ditanggung oleh penulis secara pribadi, sementara seluruh item lainnya yang meliputi kaos, *notebook*, map folder, dan pulpen ditanggung secara penuh oleh pihak klien dikarenakan item-item tersebut menunjang langsung kegiatan Lembaga.

#### 4.4 Produksi

Setelah semua desain *merchandise kit* dinyatakan final dan memperoleh persetujuan dari klien, penulis melanjutkan proses ke tahap produksi dan percetakan. Tahap ini menjadi bagian yang sangat penting dalam pelaksanaan Tugas Akhir karena penulis tidak hanya merancang konsep desain saja, tetapi juga merealisasikan produk secara fisik sebagai media untuk membangun *sense of belonging* bagi peserta pelatihan Pusdiklat BAZNAS.

Penentuan vendor dilakukan setelah melakukan seleksi dengan pertimbangan kualitas hasil cetak, kecepatan produksi, dan kesesuaian anggaran yang tersedia. Penulis dan klien memilih tiga vendor paling sesuai yaitu Cititex untuk produksi Kaos, Pandawa untuk produksi Map Notebook dan Pulpen,

serta Custom *Tote bags* untuk produksi *Tote bag*. Pemilihan ini didasarkan pada kemampuan vendor menyelesaikan produksi dengan cepat sesuai timeline serta rekomendasi vendor dari BAZNAS Pusat. Kemudian desain final diserahkan kepada vendor pada tanggal 8 Mei 2026 dan proses produksi selesai pada tanggal 11 Mei 2026.

Adapun teknik percetakan yang digunakan meliputi teknik DTF (*Direct to Film*) untuk Kaos agar menghasilkan warna tajam, vibrant, dan tahan lama. Teknik Sablon Sublimasi diterapkan pada *Tote bag* sehingga tinta meresap sempurna ke serat kain dan tidak mudah pudar. Sementara itu, Pulpen menggunakan teknik Insert Paper untuk menampilkan desain secara jelas, dan Map dan *Notebook* dicetak dengan teknik *Offset/Full Color Printing* untuk menghasilkan tampilan yang tajam.

#### 4.5 Pasca Produksi

Setelah seluruh item *merchandise kit* selesai di produksi oleh seluruh vendor pada tanggal 11 Mei 2026, penulis melakukan pengecekan kualitas fisik terhadap seluruh produk yang diterima. Pengecekan ini meliputi kesesuaian warna hasil cetak dengan desain final, ketajaman tipografi, kerapihan jahitan dan finishing material, serta kelengkapan setiap item dalam satu set kit.



Gambar 4.11 Keseluruhan Item Mechandise Kit

Setelah seluruh *merchandise kit* selesai diproduksi penulis menyerahkan kit tersebut kepada pihak Pusdiklat BAZNAS untuk dibagikan kepada peserta selama kegiatan pelatihan berlangsung.

Pada tahap ini terdapat penyesuaian rencana awal dan realisasi distribusi *merchandise kit*. Dalam proposal awal, distribusi direncanakan mencakup tiga program pelatihan prioritas, yaitu:

1. Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat (12 – 13 Mei)
2. Skema Manager Pengumpulan (18- 20 Mei)
3. Pelatihan Perencanaan Monitoring dan Evaluasi Program Penyaluran (19 – 21 Mei)

Namun pada realisasinya, *merchandise kit* hanya didistribusikan pada satu pelatihan saja, yaitu Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat yang berlangsung pada 12-13 Mei 2026. Penyesuaian ini terjadi karena beberapa faktor berikut:

1. Proyek ini merupakan redesain dan penambahan item baru dalam *merchandise kit*. Sehingga penambahan item baru ini membutuhkan biaya produksi yang jauh lebih besar dibandingkan item sebelumnya. Klien mengarahkan untuk distribusi perdana difokuskan pada pelatihan terdekat yaitu Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat sebagai tolak ukur untuk mengevaluasi efektivitas *merchandise kit* sebelum diimplementasikan pada pelatihan selanjutnya.
2. Dua program pelatihan berikutnya, yaitu Skema Manager Pengumpulan dan Pelatihan Perencanaan Monitoring dan Evaluasi Program Penyaluran, dibatalkan oleh klien selama rentang waktu yang belum bisa ditentukan. Hingga akhir periode tugas akhir, belum ada kepastian tanggal penyelenggaraan kedua pelatihan tersebut, sehingga distribusi *merchandise kit* untuk kedua program tersebut tidak dapat dilaksanakan dalam rentang waktu tugas akhir ini.

Dengan demikian, Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat yang diselenggarakan pada 12–13 Mei 2026 menjadi satu-satunya momentum implementasi distribusi *merchandise kit* dalam tugas akhir ini. Pelatihan tersebut diikuti oleh 28 peserta.

TANDA TERIMA SOVEREIN  
PELATIHAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAN AKUNTANSI ZAKAT  
PUSAT PENDEKIDAN DAN PELATIHAN BAZNAS  
JAKARTA, 12 - 13 MEI 2026

NO	NAMA PESERTA	ASAL LEMBAGA	TANDA TANGAN
1	Mel Riyanti	LAZ Dendri Hilam	1
2	Ursung Adi Wiguna	LAZ Anni Sholan Sajantara	2
3	Agus Ahsan	BAZNAS Kabupaten Kotaka	3
4	Nurmalia	LAZNAS Al Azhar	4
5	Rochadi Kohar	LAZ Al Azhar	5
6	H. Nur Syamsul, SE., MM.	BAZNAS Kabupaten Kotaka	6
7	Ichayur Widiaah	BAZNAS Kota Semarang	7
8	Asti Rahmayanti	Indonesia Berbagi	8
9	Andini Ari Wandani, SE	BAZNAS Kota Semarang	9
10	Raf Fico Nofal	LAZ Yurki Shadegat	10
11	Salman Ul Parla Huko	BAZNAS Kabupaten Bone Bulango	11
12	Dai Ayu Damayanti	BAZNAS Kabupaten Bitar	12
13	Luluk Maslaha, SE	BAZNAS Kabupaten Bangkulan	13
14	Rubi	BAZNAS Kabupaten Bangkulan	14
15	Yanda Aeri Sulfanti	BAZNAS Kabupaten Sumenep	15
16	Diah Indah Kirana	BAZNAS Kabupaten Sumenep	16
17	Astion Nislan Pebriyanti, M.H	BAZNAS Kabupaten Banyuwangi	17
18	Riba Hari Setyawan	LAZ Sahabat Dhuafa Nusantara (SAFARA)	18
19	Abdul Ghafor Alhasri	LAZ Baitul Ma'bud	19
20	Saleha Muftah	BAZNAS Provinsi Lampung	20
21	Sarna Miliem Desi Rizu	BAZNAS Provinsi Lampung	21
22	Dika Prhasant Nurul Putri	BAZNAS Kabupaten Bandung Barat	22
23	Rai Septian	BAZNAS Kabupaten Bandung Barat	23

TANDA TERIMA SOVEREIN  
PELATIHAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAN AKUNTANSI ZAKAT  
PUSAT PENDEKIDAN DAN PELATIHAN BAZNAS  
JAKARTA, 12 - 13 MEI 2026

NO	NAMA PESERTA	ASAL LEMBAGA	TANDA TANGAN
24	Zuhrotun Hafidha	BAZNAS Kabupaten Brebes	24
25	Ummatun Fadiah	BAZNAS Kabupaten Brebes	25
26	Dawal Adiat	LAZ Gelora Insan Mandiri	26
27	Fathimah Nur	LAZSI Syariful Uloom Nabum University	27
28	Wulan Fariat	LAZ Gelora Insan Mandiri	28

Panitia Pelaksana  
Kukuh Widjantoro

Gambar 4.12 Absensi Tanda Terima *Merchandise Kit*

Setiap peserta menerima satu set lengkap *merchandise kit* yang terdiri atas kaos, notebook, pulpen, map folder, dan *tote bag*. *Merchandise kit* tersebut dibagikan pada awal pelaksanaan pelatihan dan langsung dapat digunakan oleh peserta untuk menunjang kegiatan pelatihan.



Gambar 4.13 Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat

## 4.6 Analisis Hasil KPI

Proyek Tugas Akhir ini merupakan proyek kolaborasi antara penulis dan rekan penulis. Dalam kolaborasi ini penulis focus pada pengukuran *sense of belonging* peserta pelatihan terhadap *merchandise kit*, sementara rekan penulis fokus pada pengukuran *insight account* media social Pusdiklat BAZNAS. Dari proyek yang telah dilaksanakan, berikut hasil pengukuran yang dilakukan oleh penulis terkait Tingkat keberhasilan *merchandise kit* dalam membangun rasa memiliki (*sense of belonging*) peserta pelatihan.

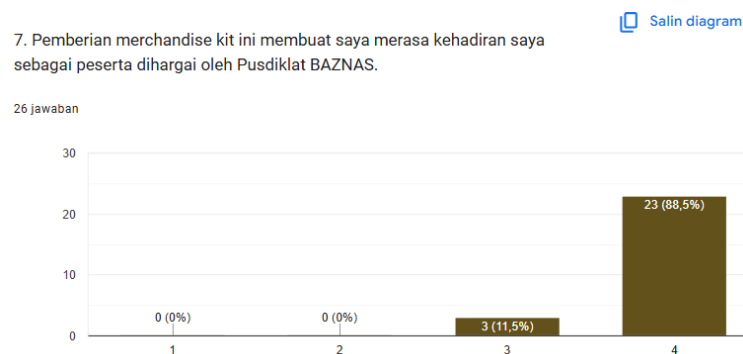
Untuk mengukur keberhasilan *merchandise kit* dalam membangun *sense of belonging* peserta pelatihan, penulis menyebarkan kuesioner berbasis skala Likert (1–4) kepada 28 peserta Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Akuntansi Zakat. Survei tersebut dilakukan pada hari terakhir rangkaian kegiatan, yaitu tanggal 13 Mei 2026. Sebanyak 26 peserta berhasil mengisi kuesioner, sedangkan dua peserta lainnya tidak mengisi karena harus pulang lebih awal akibat bentrok dengan jadwal kepulangan. Survei ini mengukur tiga komponen utama KPI yang telah ditetapkan, yaitu:

1. Rasa Dihargai sebagai Peserta
2. Kebanggaan Memakai Atribut
3. Penggunaan Berkelanjutan sebagai Simbol Identitas.

Indikator keberhasilan ditetapkan apabila lebih dari 50% responden memberikan skor 3 (Setuju) atau 4 (Sangat Setuju). Berikut adalah hasil analisis per komponen KPI:

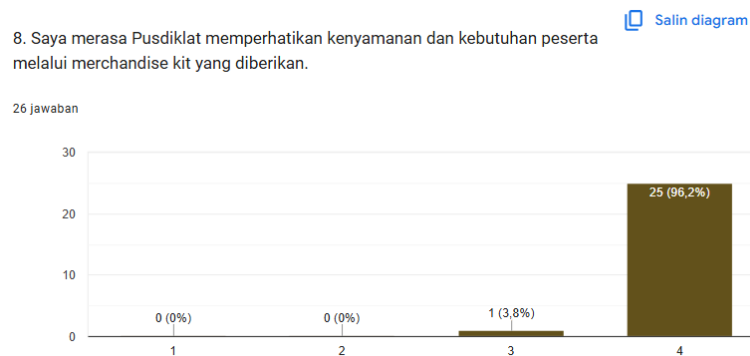
### 1. Rasa Dihargai sebagai Peserta

Komponen ini diukur melalui tiga pernyataan survei.



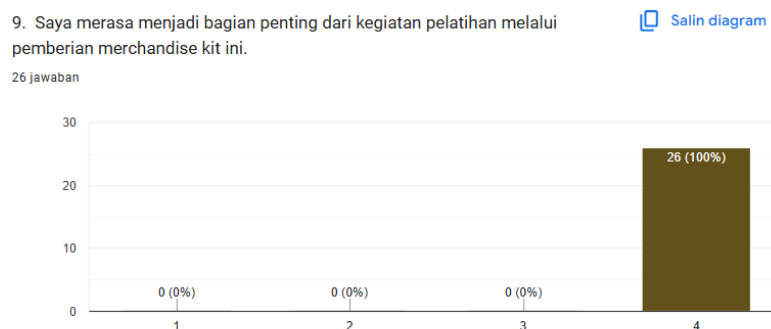
Gambar 4.14 Hasil Survei KPI Rasa Dihargai Sebagai Peserta Pertanyaan 1

Pernyataan pertama menguji apakah pemberian *merchandise kit* membuat peserta merasa kehadirannya dihargai oleh Pusdiklat BAZNAS. Hasilnya menunjukkan bahwa 88,5% responden (23 dari 26 orang) memberikan skor 4 (Sangat Setuju) dan 11,5% (3 orang) memberikan skor 3 (Setuju), dengan tidak ada responden yang memilih skor 1 maupun 2. Total 100% responden memberikan penilaian positif, jauh melampaui target KPI sebesar 50%.



Gambar 4.15 Hasil Survei KPI Rasa Dihargai Sebagai Peserta  
Pertanyaan 2

Pernyataan kedua (Pernyataan 8) mengukur persepsi peserta terhadap perhatian Pusdiklat atas kenyamanan dan kebutuhan mereka melalui *merchandise kit*. Sebanyak 96,2% responden (25 dari 26 orang) memberikan skor 4 (Sangat Setuju) dan 3,8% (1 orang) memberikan skor 3, dengan tidak ada skor 1 maupun 2. Total 100% responden memberikan penilaian positif.



Gambar 4.16 Hasil Survei KPI Rasa Dihargai Sebagai Peserta  
Pertanyaan 3

Pernyataan ketiga mengukur apakah peserta merasa menjadi bagian penting dari kegiatan pelatihan melalui pemberian *merchandise kit*. Hasil ini merupakan capaian tertinggi dalam seluruh survei, di mana 100% responden (26 dari 26 orang) memberikan skor 4 (Sangat Setuju) tanpa satu pun yang memilih skor 1, 2, maupun 3. Hasil survey ini sesuai dengan Teori Valued Involvement yang diungkapkan oleh Hagerty (dalam Walz, 2008). Teori ini menggambarkan perasaan seseorang bahwa dirinya dihargai, dibuuthkan, dan diterima sebagai bagian yang penting dalam sebuah kelompok. Pemberian *merchandise kit* ini berhasil menerapkan *teori Valued Involvement* Dimana peserta tidak lagi merasa hanya sebagai orang yang datang untuk menerima materi pelatihan saja, melainkan merasa benar-benar diakui, diperhatikan, dan dianggap penting oleh lembaga. Keberhasilan yang hampir sempurna pada komponen ini menunjukkan bahwa *merchandise* yang didesain khusus ternyata sangat efektif dalam menyampaikan rasa penghargaan secara langsung dan personal kepada setiap peserta.

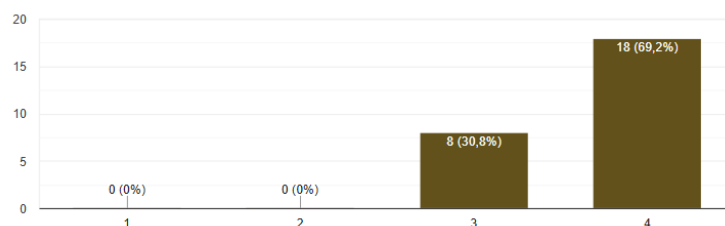
## 2. Kebanggaan Memakai Merchandise

Komponen ini diukur melalui dua pernyataan.

10. Saya merasa bangga memakai/membawa *merchandise kit* ini sebagai bagian dari komunitas amil tersertifikasi Pusdiklat BAZNAS.

[Salin diagram](#)

26 jawaban



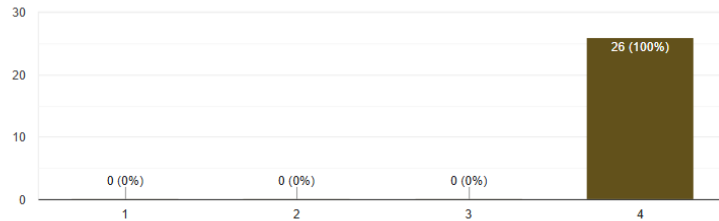
Gambar 4.17 Hasil Survei KPI Kebanggaan Memakai Merchandise  
Pertanyaan 1

Pernyataan pertama mengukur rasa bangga peserta dalam memakai atau membawa *merchandise kit* sebagai bagian dari amil profesional Pusdiklat BAZNAS. Hasilnya menunjukkan 69,2% responden (18 orang) memberikan skor 4 (Sangat Setuju) dan 30,8% (8 orang) memberikan skor 3 (Setuju), tanpa ada yang memberikan skor 1 maupun 2. Total 100% responden memberikan penilaian positif.

11. Desain merchandise kit ini mencerminkan identitas organisasi yang profesional dan terpercaya.

[Salin diagram](#)

26 jawaban



Gambar 4.18 Hasil Survei KPI Kebanggaan Memakai Merchandise  
Pertanyaan 2

Pernyataan kedua mengukur persepsi terhadap desain *merchandise kit* sebagai cerminan identitas yang profesional dan terpercaya. Pernyataan ini mendapat hasil sempurna, di mana 100% responden (26 dari 26 orang) memberikan skor 4 (Sangat Setuju) dan tidak ada satu pun yang memilih skor 1, 2, maupun 3. Secara keseluruhan, komponen KPI ini dinyatakan tercapai dengan karena seluruh responden memberikan penilaian positif. Hal ini sejalan dengan konsep *Fit* yang dikemukakan oleh Hagerty (2008) Menurut Hagerty, rasa kebersamaan dalam sebuah komunitas dapat diperkuat melalui simbol-simbol bersama yang mencerminkan pengalaman dan identitas.

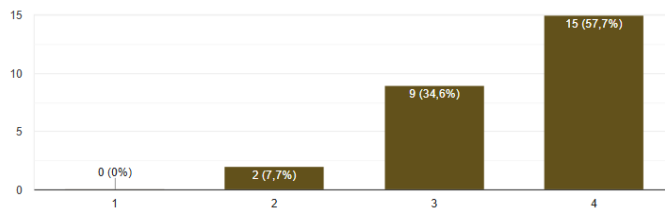
*Merchandise kit* yang dirancang dengan identitas visual yang konsisten berhasil menjadi simbol yang memunculkan rasa bangga dan keterikatan emosional di antara para peserta. Capaian 100% pada pernyataan kedua menunjukkan bahwa desain yang konsisten dan bermakna ini efektif membangun koneksi emosional bersama, sehingga peserta merasa semakin terikat sebagai bagian dari komunitas amil profesional Pusdiklat BAZNAS.

### 3. Penggunaan Berkelanjutan sebagai Simbol Identitas.

Komponen ini diukur melalui dua pernyataan yang berfokus pada keberlanjutan penggunaan dan fungsionalitas produk.

12. Saya akan tetap menggunakan merchandise kit ini di luar pelatihan karena mencerminkan identitas saya sebagai amil profesional. [Salin diagram](#)

26 jawaban

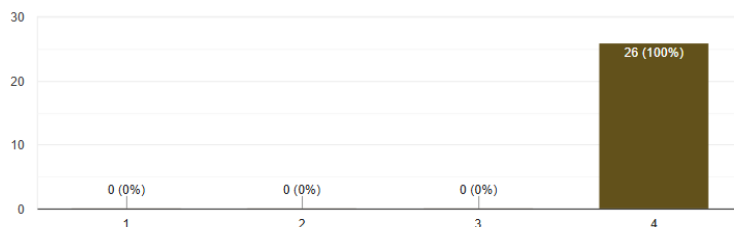


Gambar 4.19 Hasil Survei KPI Penggunaan Berkelanjutan sebagai Simbol Identitas Pertanyaan 1

Pernyataan pertama mengukur keinginan peserta untuk tetap menggunakan *merchandise kit* di luar pelatihan sebagai cerminan identitas amil profesional. Hasilnya, 57,7% responden (15 orang) memberikan skor 4 (Sangat Setuju), 34,6% (9 orang) memberikan skor 3 (Setuju), dan 7,7% (2 orang) memberikan skor 2 (Tidak Setuju), sementara tidak ada yang memberikan skor 1. Total 92,3% responden memberikan penilaian positif dengan skor 3 atau 4, melampaui target KPI 50%.

13. Merchandise kit yang diberikan memiliki fungsi yang bermanfaat untuk aktivitas saya sehari-hari. [Salin diagram](#)

26 jawaban



Gambar 4.20 Hasil Survei KPI Penggunaan Berkelanjutan sebagai Simbol Identitas Pertanyaan 2

Pernyataan kedua mengukur manfaat fungsional *merchandise kit* untuk aktivitas sehari-hari. Hasil ini mencatat capaian sempurna yaitu 100% responden (26 dari 26 orang) memberikan skor 4 (Sangat Setuju), tanpa satu pun yang memilih skor 1, 2, maupun 3. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan item-item yang fungsional berupa notebook, pulpen, map folder, *tote bag*, dan kaos berhasil memenuhi kebutuhan praktis peserta dalam keseharian mereka.

Kedua hasil tersebut mengonfirmasi teori *Antecedent* menurut Hagerty (dalam Walz, 2008), yaitu potensi dan hasrat seseorang untuk memaknai keterikatan serta keinginan untuk berbagi identitas. Ketika peserta memilih untuk terus menggunakan *merchandise kit* di luar pelatihan, itu menjadi bukti dari keterikatan identitas setelah pelatihan selesai. Ditambah dengan fungsionalitas produk, *merchandise kit* tidak hanya menjadi barang *souvenir* pelatihan saja, melainkan benar-benar dapat digunakan kembali ke dalam rutinitas peserta.

Dengan bangga memakai atau membawa *merchandise* tersebut di luar kegiatan pelatihan, peserta dapat menunjukkan kepada orang lain bahwa mereka adalah amil profesional. Hal ini sekaligus dapat menginspirasi dan memengaruhi rekan-rekan amil lainnya untuk turut bergabung menjadi bagian dari komunitas Amil Cakap Profesional Pusdiklat BAZNAS. Dengan demikian, *merchandise kit* berhasil berfungsi untuk membangun rasa memiliki (*sense of belonging*) yang berkelanjutan di kalangan amil profesional Pusdiklat BAZNAS.



Gambar 4.21 Potret Peserta Menggunakan *Merchandise Kit*

Berdasarkan hasil pengukuran ketiga komponen KPI di atas, seluruh indikator keberhasilan dinyatakan tercapai. Dari total 7 pernyataan yang diukur, 4 di antaranya mendapatkan 100% responden yang memberikan skor positif, sementara tiga pernyataan lainnya mendapatkan angka antara 92,3% hingga 96,2%. Tidak ada satu pun indikator yang mendapatkan respons positif di bawah 90%, yang jauh melampaui target KPI sebesar lebih dari 50%.

Tabel 4.2 Hasil KPI

Komponen KPI	Pertanyaan	Skor 3 (Setuju)	Skor 4 (Sangat Setuju)	Capaian
Rasa Dihargai sebagai Peserta	<i>Merchandise kit</i> membuat peserta merasa kehadirannya dihargai oleh Pusdiklat BAZNAS	11,5% (3)	88,5% (23)	Tercapai
	Pusdiklat memperhatikan kenyamanan dan kebutuhan peserta melalui <i>merchandise kit</i>	3,8% (1)	96,2% (25)	Tercapai
	Peserta merasa menjadi bagian penting dari kegiatan pelatihan melalui <i>merchandise kit</i>	-	100% (16)	Tercapai
Kebanggaan Memakai <i>Merchandise</i>	Peserta merasa bangga memakai/membawa <i>merchandise kit</i> sebagai bagian dari amil profesional	30,8% (8)	69,2% (18)	Tercapai
	Desain <i>merchandise kit</i> mencerminkan identitas yang	-	100% (26)	Tercapai

	profesional dan terpercaya			
Penggunaan Berkelanjutan sebagai Simbol Identitas	Peserta akan tetap menggunakan <i>merchandise kit</i> di luar pelatihan sebagai identitas amil profesional	34,6% (9)	57,7% (15)	Tercapai
	<i>Merchandise kit</i> memiliki fungsi yang bermanfaat untuk aktivitas sehari-hari peserta	-	100% (26)	Tercapai

Hasil ini membuktikan bahwa perancangan dan produksi *merchandise kit* Pusdiklat BAZNAS telah berhasil menjadi media komunikasi *public relations* yang efektif dalam membangun *sense of belonging* peserta pelatihan. *Merchandise kit* yang dirancang dengan identitas visual yang konsisten, item yang fungsional, dan pesan yang memberdayakan berhasil menyentuh tiga KPI *sense of belonging*. Hasil ini sekaligus memberikan landasan yang kuat bagi Pusdiklat BAZNAS untuk terus melanjutkan pemberian *merchandise kit* ini pada program pelatihan mendatang.

#### 4.7 Keberlanjutan Karya

Produk akhir dari pengembangan *merchandise kit* ini diserahkan kepada klien dalam bentuk *Final Artwork* (FA) yang siap produksi serta dokumen mentah (*raw file*) lengkap dengan semua *layer*, *font*, dan spesifikasi teknis. Penyediaan kedua format tersebut bertujuan agar Pusdiklat BAZNAS dapat melakukan pembaruan dan penyesuaian secara mandiri di masa mendatang.

Selain itu, sebagai strategi untuk mendukung keberlanjutan perancangan dan produksi *merchandise kit*, penulis juga menyusun sebuah modul panduan. Modul ini berisi proses perancangan, pedoman identitas visual, spesifikasi produk, serta rekomendasi teknis produksi, sehingga dapat menjadi acuan bagi tim internal Pusdiklat BAZNAS dalam mengembangkan *merchandise kit* pada program pelatihan mendatang.

Lebih lanjut, Pusdiklat BAZNAS telah mengajukan pengadaan resmi *merchandise kit* kepada BAZNAS Pusat. Pengajuan tersebut mencakup rencana produksi dalam jumlah besar agar *merchandise kit* dapat didistribusikan secara berkala kepada peserta pada berbagai program pelatihan yang akan datang.