

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi zakat yang sangat besar sebagai instrumen keuangan sosial Islam yang mampu berkontribusi signifikan terhadap pembangunan nasional dan pengentasan kemiskinan. Dalam sisi ekonomi nasional yang terus bertumbuh dan didukung oleh bonus demografi pada tahun 2025, peluang optimalisasi zakat semakin terbuka lebar, terlebih dengan posisi Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia (GoodStats Data, 2025).

Untuk mengoptimalkan potensi zakat tersebut, maka dibutuhkan standarisasi kompetensi melalui pelatihan dan sertifikasi bagi amil diperlukan demi menjembatani lahirnya amil yang profesional dan mumpuni. Terlebih lagi, Pasal 11 UU No. 23/2011 juncto PP No. 14 Tahun 2014 telah menggariskan syarat mutlak bahwa untuk diangkat sebagai pengelola maupun pimpinan BAZNAS daerah, seseorang diwajibkan memiliki kompetensi di bidang pengelolaan zakat.

Dalam upaya sistematis untuk mewujudkan standar kompetensi amil yang mumpuni tersebut, BAZNAS RI mengemban amanah untuk memperkuat kompetensi, profesionalisme, integritas, dan kesejahteraan amil secara berkelanjutan. Langkah ini diakselerasi melalui peran Pusat Pendidikan dan Pelatihan (Pusdiklat) BAZNAS yang memegang tanggung jawab sentral dalam menyusun kurikulum pelatihan yang komprehensif dan berkelanjutan. Sebagaimana ditegaskan oleh Fadlan et al. (2025), efektivitas pengelolaan dana filantropi Islam sangat bergantung pada intensitas dan kualitas pelatihan yang diterima oleh amil. Pusdiklat hadir untuk memastikan bahwa setiap amil, baik di tingkat pusat, daerah, maupun LAZ, memiliki kualifikasi yang diakui secara profesional guna menjamin tata kelola zakat yang unggul.

Sepanjang tahun 2025, Pusdiklat BAZNAS telah menyelenggarakan 27 program pelatihan dengan cakupan tema yang komprehensif, mulai dari skema kualifikasi pengelolaan zakat, kepemimpinan BAZNAS daerah, audit internal, hingga manajemen kebencanaan. Sebagai standar efektivitas penyelenggaraan, setiap program ditetapkan memiliki target minimal 20 peserta.

Tabel 1.1 Jumlah Pendaftar Pelatihan Pusklat 2025

NO	Nama Pelatihan	Tanggal	Jumlah Pendaftar
1	BAZNAS Santripreneur Kompetisi Digital Marketing Travel Haji dan Umroh	1/6/2025	155
2	PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat Jakarta	10/2/2025	34
3	PBK Skema Pimpinan BAZNAS Daerah Jakarta	10/2/2025	19
4	Sambut Berkah Ramadhan - "Kelas Chanel Pengumpulan Digital"	20/2/2025	39
5	PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat UPZ BAZNAS BNI	26/2/2025	13
6	PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat Jakarta	19/5/2025	33
7	PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat Kabupaten Sumedang	19/5/2025	22
8	PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat Majalengka	16/6/2025	21
9	PBK Skema Pimpinan BAZNAS Daerah Jakarta	6/30/2025	32
10	Pelatihan Auditor Internal Zakat Tingkat Dasar	7/7/2025	30
11	PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat Makassar	8/7/2025	28
12	PBK Skema Pimpinan BAZNAS Daerah Makassar	8/7/2025	28
13	PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat Jakarta	4/8/2025	27

14	PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat UPZ	11/8/2025	46
15	PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat Riau	11/8/2025	22
16	Pelatihan Kompetensi Kebencanaan	7/9/2025	119
17	PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat Jawa Tengah	16/9/2025	109
18	Pelatihan Layanan Prima	3/10/2025	11
19	PBK Skema Kualifikasi 3 Bandung	6/10/2025	7
20	PBK Skema Pimpinan BAZNAS Daerah YRII	6/10/2025	17
21	PBK Skema Kualifikasi 3 BAZNAS RI	27/10/2025	74
22	PBK Skema Kualifikasi 3 - BI	27/10/2025	23
23	PBK Skema Pimpinan BAZNAS Daerah – BI	27/10/2025	28
24	PBK Skema Kualifikasi 3 - UPZ BNI	12/11/2025	16
25	PBK Skema Kualifikasi 3 - BTB PMU	24/11/2025	17
26	Pelatihan Pertolongan Pertama	6/12/2025	21
27	Pelatihan Fasilitator Pengurangan Risiko Bencana	16/12/2025	89

Berdasarkan data pendaftar pada Tabel 1.1, mayoritas program pelatihan telah berhasil terpenuhi, bahkan melampaui target minimal yang ditetapkan. Beberapa program menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi, di antaranya:

- BAZNAS Santripreneur: Kompetisi Digital Marketing Travel Haji dan Umroh (155 pendaftar)
- Pelatihan Kompetensi Kebencanaan (119 pendaftar)

- PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat Jawa Tengah (109 pendaftar)
- Pelatihan Fasilitator Pengurangan Risiko Bencana (89 pendaftar)

Namun, hasil evaluasi menunjukkan masih terdapat 7 program pelatihan yang jumlah pendaftarnya belum mencapai target minimal 20 orang.

Tabel 1.2 Program Pelatihan dengan Jumlah Pendaftar Belum Mencapai Target

NO	Nama Pelatihan	Tanggal	Jumlah Pendaftar
1	PBK Skema Pimpinan BAZNAS Daerah Jakarta	10/2/2025	19
2	PBK Skema Kualifikasi 3 Bidang Pengelolaan Zakat UPZ BAZNAS BNI	26/2/2025	13
3	Pelatihan Layanan Prima	3/10/2025	11
4	PBK Skema Kualifikasi 3 Bandung	6/10/2025	7
5	PBK Skema Pimpinan BAZNAS Daerah YRII	6/10/2025	17
6	PBK Skema Kualifikasi 3 - UPZ BNI	12/11/2025	16
7	PBK Skema Kualifikasi 3 - BTB PMU	24/11/2025	17

Kondisi ini menegaskan pentingnya optimalisasi penguatan kapasitas SDM amil secara lebih masif dan berkelanjutan. Perubahan struktur kepemimpinan dan perpindahan amil di lingkungan BAZNAS RI juga menjadi faktor yang memperkuat kebutuhan akan pengembangan kapasitas SDM. Kondisi transisional tersebut menuntut percepatan proses transfer pengetahuan kepada pimpinan baru serta peningkatan kemampuan adaptif dan kompetensi fungsional amil dalam menghadapi tuntutan organisasi yang terus berkembang.

Sebagai langkah terobosan dalam rangka memperingati Hari Pendidikan Nasional, Pusdiklat BAZNAS menghadirkan kebaruan strategi untuk menjangkau pengelola BAZNAS dari seluruh wilayah di Indonesia tanpa terkecuali. Berbeda dengan pelaksanaan di tahun 2025 di mana pelatihan diadakan per daerah atau terbatas pada lokasi tertentu saja, pada tahun ini pendaftaran dibuka secara serentak untuk berbagai wilayah di seluruh Indonesia. Adapun 3 program pelatihan prioritas tersebut, 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)

Rangkaian pelatihan di atas memiliki urgensi yang tinggi untuk diikuti oleh 15-20 peserta dari berbagai wilayah di Indonesia. Mengingat amil merupakan ujung tombak yang berhadapan langsung dengan muzakki serta berbagai dinamika regulasi yang terus berkembang, keberadaan amil yang kompeten dan tersertifikasi dalam jumlah yang memadai menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap pengelolaan zakat. Pada saat yang sama, hal tersebut juga berkontribusi dalam mengurangi kesenjangan antara potensi dan realisasi penghimpunan dana zakat nasional. Kebutuhan ini semakin mendesak mengingat capaian pelatihan berbasis kompetensi amil zakat di Indonesia hingga saat ini masih menunjukkan adanya gap yang cukup besar antara jumlah amil yang tersedia dan jumlah amil yang telah terjangkau program pelatihan secara resmi.

Berdasarkan data organisasi pengelola zakat (OPZ) resmi yang tercatat hingga saat ini, terdapat setidaknya 594 OPZ yang terdiri dari 1 BAZNAS pusat, 34 BAZNAS provinsi, 463 BAZNAS kabupaten/kota, 30 LAZ nasional, 25 LAZ provinsi, dan 42 LAZ kabupaten/kota. Dengan mempertimbangkan ketentuan minimum sumber daya manusia yang dipersyaratkan dalam pembentukan masing-masing jenis OPZ, estimasi jumlah amil dapat dihitung berdasarkan jumlah minimal amil yang dibutuhkan untuk membentuk setiap jenis OPZ, sebagaimana disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.3 Jumlah Amil Zakat di Indonesia Berdasarkan Syarat Minimal Pembentukan OPZ

Jenis OPZ	Jumlah OPZ	Minimal Amil per OPZ	Total Amil
BAZNAS Provinsi	34	10	340
BAZNAS Kab/Kota (struktural)	1	10	10

BAZNAS Kab/Kota (non-struktural)	463	10	4.630
LAZ Nasional	30	40	1.200
LAZ Provinsi	25	20	500
LAZ Kab/Kota	42	8	336
Total	594		7.006

Sumber: Diolah dari data Laporan Pengelolaan Zakat Nasional Tahun 2020

Angka minimal amil per OPZ tersebut merujuk pada ketentuan minimum sumber daya manusia yang dipersyaratkan dalam pembentukan masing-masing jenis organisasi pengelola zakat, di mana OPZ dengan cakupan yang lebih luas seperti LAZ nasional membutuhkan jumlah amil yang lebih besar dibandingkan LAZ kabupaten/kota yang berskala lebih terbatas. Dengan demikian, total 7.006 amil merupakan angka batas bawah dari perkiraan jumlah amil yang bertugas di seluruh Indonesia, mengingat banyak OPZ yang pada praktiknya memiliki jumlah amil melebihi syarat minimumnya.

Namun demikian, jumlah amil yang telah mengikuti PBK hingga saat ini baru mencapai 2.624 amil, sehingga masih terdapat gap sebesar 4.382 amil atau sekitar 62,5% yang belum terjangkau oleh program pelatihan berbasis kompetensi tersebut. Perbandingan antara estimasi total amil dan ketercapaian peserta PBK tersebut menggambarkan besarnya tantangan yang masih harus dihadapi dalam upaya profesionalisasi pengelolaan zakat di Indonesia.

Berdasarkan diskusi bersama pihak manajerial Pusdiklat BAZNAS dan hasil survei yang dilakukan terhadap 100 responden, ditemukan bahwa hambatan ini tidak hanya bersifat operasional, tetapi juga melibatkan aspek *sense of belonging* di kalangan peserta. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa partisipasi kurang optimal karena kurangnya daya tarik program dan amil yang belum memiliki penanda kuat yang membuat dirinya bangga, baik dalam bentuk media fisik atau atribut yang merepresentasikan profesionalitas setelah mengikuti pelatihan. Maka dari itu diperlukan upaya transformasi persepsi peserta dari yang semula merasa sekadar 'peserta pelatihan', menjadi individu yang bangga sebagai bagian dari komunitas amil profesional.

Tantangan dalam membangun daya tarik program ini menjadi semakin mendesak untuk segera dibenahi, mengingat ketercapaian pelatihan saat ini baru menyentuh 37,5% dari total estimasi amil secara nasional. Dalam kondisi ini, setiap peserta yang hadir dalam program Pusdiklat BAZNAS merupakan bagian penting bagi upaya profesionalisasi amil. Namun, kehadiran di ruang kelas saja tidak serta-merta membangun keterikatan emosional yang kuat dengan lembaga. Sejalan dengan penelitian Handoko dan Pratama (2023), kelengkapan fasilitas fisik dalam pelatihan terbukti meningkatkan motivasi belajar dan kebanggaan peserta pelatihan. Artinya, selain kurikulum yang komprehensif, pengalaman visual dan media fisik yang diterima peserta selama pelatihan turut menentukan seberapa dalam mereka merasa diakui sebagai bagian dari komunitas.

Allen (2020) mendefinisikan *sense of belonging* sebagai pengalaman subjektif berupa perasaan diterima, dihargai, dihormati, serta didukung oleh anggota lain dalam suatu kelompok, organisasi, atau komunitas sehingga individu merasa menjadi bagian yang bermakna di dalamnya. Menurut James Gilmore (dalam Sari, 2017) mengemukakan bahwa *sense of belonging* merupakan pengalaman emosional merasa terhubung dan diterima di dalam keluarga dan komunitas seseorang.

Pusdiklat BAZNAS saat ini telah memiliki *merchandise* berupa kaos sebagai identitas resmi mereka yang hanya berfokus pada tagline “AMIL CAKAP PROFESIONAL”.



Gambar 1.1 Desain Kaos Pusdiklat BAZNAS

Namun berdasarkan hasil wawancara dengan Manager Pusdiklat BAZNAS dan observasi lapangan, desain kaos yang ada belum mampu membangun *sense of belonging* dari peserta pelatihan secara optimal. Desainnya yang hanya berfokus pada tagline tanpa mencerminkan profesionalitas amil, ditambah keterbatasan variasi karena hanya tersedia dalam satu jenis item. Kondisi inilah yang melatarbelakangi perlunya langkah perancangan ulang desain serta penambahan jenis *merchandise* yang lebih variatif. Inovasi ini bertujuan agar peserta tidak hanya menerima suvenir biasa, tetapi mendapatkan sebuah penghargaan fisik yang mampu menumbuhkan rasa bangga sebagai bagian dari komunitas amil.

Kebutuhan akan redesain kaos tidak hanya didasarkan pada pertimbangan estetika, tetapi juga pada efektivitas media dalam menyampaikan identitas lembaga. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak manajerial Pusdiklat BAZNAS, desain kaos yang digunakan saat ini belum memiliki diferensiasi visual yang kuat dibandingkan *merchandise* pelatihan pada umumnya. Kaos hanya menampilkan logo dan tagline sehingga belum mampu menggambarkan karakter Pusdiklat BAZNAS sebagai lembaga pengembangan kompetensi amil zakat. Akibatnya, nilai profesionalitas, kebanggaan, dan identitas yang ingin dibangun melalui media tersebut belum tersampaikan secara optimal kepada peserta.

Selain itu, penggunaan satu jenis *merchandise* dinilai belum mampu memenuhi kebutuhan peserta selama mengikuti pelatihan. Program pelatihan Pusdiklat BAZNAS umumnya berlangsung selama beberapa hari dengan materi yang bersifat teknis dan padat sehingga peserta memerlukan media pendukung untuk mencatat materi, menyimpan dokumen pelatihan, dan membawa perlengkapan belajar. Dalam kondisi tersebut, kaos hanya berfungsi sebagai atribut identitas, sedangkan kebutuhan fungsional peserta selama pelatihan belum sepenuhnya terakomodasi. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan *merchandise* dalam bentuk *merchandise kit* yang terdiri dari beberapa item pendukung sehingga manfaat yang diterima peserta tidak hanya bersifat simbolis, tetapi juga fungsional.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Rizky Dias selaku Manager Pusdiklat BAZNAS dalam wawancara pada 2 April 2026.

” Kaos yang digunakan saat ini secara visual masih sangat sederhana dan belum mencerminkan profesionalitas amil maupun karakter Pusdiklat BAZNAS. Kami berharap ada pembaruan desain yang lebih kuat sehingga peserta merasa bangga ketika menggunakannya, baik selama pelatihan maupun setelah pelatihan selesai. Kami juga melihat perlunya media fisik lain yang bisa digunakan langsung oleh peserta selama proses pelatihan. ”

Urgensi pengembangan *merchandise kit* ini juga didasarkan pada potensi keberlanjutan implementasinya dalam program pelatihan Pusdiklat BAZNAS. *Merchandise kit* dirancang untuk digunakan secara berulang dalam aktivitas sehari-hari sehingga memiliki masa pakai yang lebih panjang. Dengan karakteristik tersebut, *merchandise kit* berpotensi menjadi media komunikasi jangka panjang yang mampu menjaga keterhubungan peserta dengan lembaga bahkan setelah pelatihan berakhir. Potensi keberlanjutan inilah yang menjadikan pengembangan *merchandise kit* tidak hanya relevan sebagai kebutuhan program saat ini, tetapi juga sebagai investasi komunikasi organisasi untuk pelaksanaan pelatihan di masa mendatang.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan pengembangan *merchandise* di Pusdiklat BAZNAS tidak hanya berfokus pada aspek visual, tetapi juga pada aspek fungsional dan pengalaman peserta. Redesain kaos diperlukan untuk menghadirkan visual yang lebih kuat dan mampu merepresentasikan profesionalitas amil, sedangkan penambahan item *merchandise* diperlukan untuk mendukung kebutuhan peserta selama proses pelatihan berlangsung. Dengan demikian, pengembangan *merchandise kit* menjadi solusi yang tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi peserta, tetapi juga memperkuat citra dan identitas Pusdiklat BAZNAS secara lebih komprehensif.

Media fisik bukan hanya sekadar souvenir, melainkan menjadi simbol bahwa pihak penyelenggara sangat menghargai kehadiran serta peran setiap peserta dalam kegiatan tersebut. Ketika peserta menerima media fisik yang mencerminkan profesionalitas mereka, muncul rasa bangga dan pengakuan

yang membangun *sense of belonging* peserta. Hal ini diperkuat oleh hasil survei yang dilakukan terhadap 100 responden. Survei ini menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria responden, yakni individu berusia 20-55 tahun, berdomisili di Pulau Jawa, aktif menggunakan media sosial, serta memiliki keinginan untuk mendalami tata kelola filantropi Islam.



Gambar 1.2 Survei fasilitas penunjang pelatihan

Berdasarkan hasil survei 52% responden menyatakan bahwa adanya media fisik membuat mereka merasa lebih terbantu sekaligus lebih dihargai sebagai peserta. Lalu 33% responden yang merasa bangga menjadi bagian dari pelatihan, sementara 13% lainnya menilai bahwa ketersediaan media pendukung membuat program tersebut terasa lebih kredibel. Hal ini sejalan dengan teori *integration and fulfillment of needs* McMillan dan Chavis (1986), di mana pemberian penghargaan atau simbol nyata dapat memperkuat ikatan seseorang terhadap komunitasnya.

Dalam ranah humas (*public relations*), perancangan strategi komunikasi tidak hanya terbatas pada pesan verbal dan digital, melainkan juga mencakup pemanfaatan media fisik yang dapat disentuh dan dirasakan secara langsung oleh audiens (Fill & Turnbull, 2019). Melalui kehadiran media fisik yang fungsional, praktisi PR tidak sekadar melakukan penyebaran informasi (*awareness*), melainkan menciptakan titik sentuh (*touchpoint*) yang membangun ikatan emosional, menjaga ingatan pesan dalam jangka panjang, serta memperkuat kredibilitas lembaga di mata publik. Perancangan *merchandise kit* bukan sekadar pembuatan desain grafis, melainkan sebuah strategi komunikasi PR yang menjawab kebutuhan nyata Pusdiklat BAZNAS untuk membangun ikatan emosional jangka panjang antara lembaga dan para amil yang telah mengikuti pelatihannya.

Di sisi lain, dampak dari *merchandise kit* ini tidak hanya dirasakan oleh peserta yang mengikuti pelatihan secara langsung. Ketika *merchandise* seperti digunakan dalam aktivitas sehari-hari di luar ruang pelatihan, media fisik tersebut otomatis bertransformasi menjadi sarana promosi berjalan (*walking promotion*). Seorang amil yang tampil mengenakan *merchandise* Pusdiklat BAZNAS di tengah rekan-rekannya yang belum pernah mengikuti pelatihan berpotensi memunculkan rasa penasaran dan pertanyaan terkait pelatihan Pusdiklat BAZNAS dari rasa penasaran tersebut dapat berubah menjadi promosi *word of mouth*. Hal ini sejalan dengan teori *shared emotional connection* dari McMillan dan Chavis (1986), di mana pengalaman positif seseorang dalam sebuah komunitas terkomunikasikan kepada orang lain bukan melalui iklan formal, melainkan melalui identitas yang ditampilkan secara langsung. Oleh karena itu, *merchandise kit* tidak hanya berfungsi sebagai pembangun *sense of belonging* bagi peserta yang sudah hadir, tetapi juga berfungsi ke luar sebagai media promosi berjalan yang berpotensi mendorong pertumbuhan jumlah pendaftar pelatihan.

Degan demikian, perancangan dan produksi *merchandise kit* bukan hanya menjawab kebutuhan afektif peserta yang hadir, tetapi juga menjadi solusi komunikasi yang dapat mendorong pertumbuhan jumlah pendaftar pada program pelatihan berikutnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, masalah dalam penelitian ini adalah kaos yang tersedia di Pusdiklat BAZNAS saat ini belum mampu membangun *sense of belonging* peserta sebagai amil professional.

Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana merancang *merchandise kit* melalui *redesain* dan pengembangan variasi item agar mampu membangun *sense of belonging* peserta pelatihan.

1.3 Tujuan

Tugas Akhir ini bertujuan untuk membangun *sense of belonging* dengan cara *redesain* dan pengembangan item *merchandise* di Pusdiklat BAZNAS.

Fokus utama pengembangan ini adalah menciptakan media fisik yang lebih variatif dan bermakna, sehingga mampu membangun *sense of belonging* sebagai bagian dari amil yang profesional.

Melalui pembaruan desain dan pengembangan item, *merchandise kit* ini diharapkan tidak hanya menjadi pelengkap fasilitas, tetapi juga menjadi simbol kebanggaan yang mampu membangun *sense of belonging* antara peserta dengan lembaga.

1.4 Manfaat

Terdapat tiga manfaat dalam penelitian sosial, yakni diantaranya;

1.1.1. Bagi Mahasiswa

Penulisan dan pelaksanaan proyek tugas akhir ini diharapkan menjadi referensi pembelajaran bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji perancangan *merchandise* sebagai media penunjang kegiatan.

1.1.2. Bagi Amil (Peserta)

Diharapkan para amil mendapatkan fasilitas belajar yang fungsional untuk mendukung kenyamanan serta kelancaran mereka selama menyerap materi pelatihan. Selain itu, penggunaan atribut yang terstandarisasi diharapkan mampu menumbuhkan rasa bangga dan profesionalisme dalam diri mereka sebagai amil yang kompeten.

1.1.3. Bagi Pusdiklat Baznas

Diharapkan melalui perancangan *merchandise kit* yang padu ini, Pusdiklat BAZNAS memiliki media komunikasi visual yang efektif.

1.5 Luaran

Luaran dari proyek tugas akhir ini adalah *merchandise kit* untuk peserta yang mengikuti pelatihan di Pusdiklat BAZNAS. Berikut merupakan rincian produk fisik yang dihasilkan dalam perancangan ini:

- Kaos

Dirancang sebagai sarana publikasi luar ruang yang bergerak sekaligus simbol pengakuan kompetensi amil saat bertugas melayani masyarakat di lapangan.

- **Map Folder**
Berfungsi sebagai media pengarsipan yang rapi untuk menjaga modul materi serta menyimpan sertifikat kelulusan peserta setelah menyelesaikan pelatihan.
- **Notebook & Pulpen**
Berfungsi sebagai alat bantu utama yang fungsional bagi peserta untuk melakukan pencatatan materi-materi teknis yang padat selama proses pelatihan berlangsung.
- *Tote bag*
Berfungsi sebagai kemasan luar yang mengintegrasikan seluruh item *merchandise*.