

ABSTRAK

Dewasa ini masjid mempunyai peran signifikan dalam upaya pengembangan masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa masjid telah melakukan banyak inovasi guna berpijak pada tujuan diatas. Perhatian masjid berfokus pada beragam bidang salah satunya bidang lingkungan. Masjid Nurul 'Ashri (MNA) Yogyakarta yang merupakan satu dari sedikit masjid memberikan atensi nyata terhadap bidang tersebut sehingga didirikan layanan Berkahbareng.id. Inti dari layanan tersebut berpusat pada penerimaan donasi barang bekas yang hasil penjualannya dialokasikan untuk operasional masjid dan kegiatan edukasi lingkungan. Agenda utama yang dilakukan pengurus Berkahbareng.id hingga hari ini berkenaan dengan mengidentifikasi proses penyebaran inovasi layanan tersebut bagaimana agar semakin diadopsi oleh masyarakat. Adapun pengkajian secara ilmiah atas inisiatif tersebut belum pernah dilakukan sama sekali sehingga penelitian ini tegas untuk dilakukan. Tujuannya adalah sebagai langkah awal dalam memulai telaah objektif dalam mencari proses penyebaran inovasi layanan ini.

Dalam rangka mendapatkan pemahaman secara utuh mengenai proses penyebaran inovasi maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teori yang penulis gunakan adalah Teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers yang dianalisis dengan empat elemen pokok ditambah dengan tahap proses keputusan adopsi inovasi. Teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan dengan beberapa informan kunci. Perolehan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi non-partisipatif, dokumentasi dan studi pustaka dengan ditelaah menggunakan analisis tema dalam tahapan reduksi data yang kemudian diperiksa keabsahannya dengan triangulasi serta kecukupan referensi terkait sehingga mampu disajikan datanya dengan baik yang kemudian pada tahapan akhir diverifikasi sehingga dihasilkan kesimpulan yang sesuai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses difusi berlangsung baik dengan diterimanya kebaruan layanan Berkahbareng.id oleh mayoritas masyarakat. Proses ini ringkasnya dikomunikasikan secara efektif utamanya melalui saluran media sosial, disusul dengan saluran interpersonal, dan saluran kelompok dalam jangka waktu satu tahun yang tergolong cepat penyebarannya mengacu Evaluasi Tahunan DKM MNA. Selain itu proses difusi juga ditunjukkan adanya respon positif dari masyarakat yang didasari oleh beberapa faktor terpenting meliputi [1] Antusiasme adopsi layanan secara berkesinambungan, [2] Kesesuaian dengan nilai-nilai dan kebutuhan yang ada, serta [3] Ketersediaan untuk menyebarkan informasi melalui saluran komunikasi yang dimiliki. Disisi lain tantangan utama yang dihadapi berupa terbatasnya SDM dan manajemen pengelolaan yang perlu ditingkatkan. Terakhir, penulis juga mendapatkan temuan baru atas refleksi penelitian diantaranya [1] Pendekatan pro-inovasi dalam aktivitas non-profit masjid, [2] Obyektivitas adopsi inovasi tanpa terpengaruh *trend*, [3] Kesejahteraan subyektif dalam aspek kompatibilitas inovasi, juga [4] Peninjauan ulang dalam mengkategorikan masyarakat pengadopsi.

Kata Kunci: Layanan Lingkungan Masjid, Difusi Inovasi, Berkahbareng.id, Masjid Nurul 'Ashri Yogyakarta

ABSTRACT

Nowadays, mosques have a significant role in community development. It cannot be denied that mosques have made many innovations to support the above goals. Mosque's attention focuses on various fields, one of which is the environmental sector. The Nurul 'Ashri Mosque (MNA) Yogyakarta, which is one of the few mosques, has paid real attention to this sector, and Berkahbareng.id was established. The essence of the service focuses on accepting donations of preloved goods which allocated for mosque operations and environmental education activities. The main agenda is identifying the process of diffusion so that it is increasingly adopted by the community. A scientific assessment of this initiative has never been carried out at all so this research is firm to be researched. The aim is as a first step in finding the process of diffusion innovation Berkahbareng.id.

In order to gain a complete understanding of the process of diffusion innovation, this research used a qualitative descriptive method. The theory that the author used is Everett M. Rogers' Theory of Innovation Diffusion which is explained by four main elements and the stages of the innovation adoption process. The technique for determining informants used a purposive sampling technique with 12 key informants. Data collection was carried out by in-depth interviews, non-participatory observation, documentation and literature study which were reviewed using theme analysis. Data reduction was checked by triangulation and the adequacy of related references then the final stage produced a scientific conclusion.

The results have shown that the diffusion process of the Berkahbareng.id is getting ahead with the majority's acceptance. In summary, this process was communicated effectively through social media channels, followed by interpersonal channels, and group channels within a period of one year which was relatively fast based on the Annual Evaluation of Strategic Plan DKM MNA. Apart from that, the diffusion process also shows a positive response from the community which is based on several of the most important factors including [1] Enthusiasm for continuous adoption, [2] Conformity with existing values and needs, and [3] Willingness to diffuse information through existing communications. On the other hand, the main challenges faced are limited human resources and management that needs to be improved. Finally, the author also obtained new findings based on research reflections including [1] Pro-innovation approach in mosque as non-profit activities, [2] Objectivity in adopting innovation without being influenced by trends, [3] Subjective welfare (well-being) in the aspect of innovation compatibility then [4] Review for categorizing the adopting community.

Keywords: Mosque Environmental Services, Diffusion Innovation, Berkahbareng.id, The Nurul 'Ashri Mosque Yogyakarta