

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Abdurrahim, Ahim. Rizal Yaya. Aji Erlangga Martawireja. 2009. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Anggipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Anoraga, Padji. 1997. *Menejemen Bisnis*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Press.
- \_\_\_\_\_. Sofjan. 2013. *Strategic Management*. Jakarta: Rajawali Pers.
- David, Freddy Rangkuti. 2009. *Strategi Manajemen*, diterjemahkan oleh Dono Sunardi dengan judul. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djuanda, Gustian. Dkk. 2006. *Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada.
- Elsi, Kartika Sari. 2007. *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf* . Jakarta: PT. Grasindo.
- Gitusudarmo, Indriyo. 1996. *Prinsip Dasar Manajemen*. Yogyakarta : BPFE.

- Hafinuddin, Didin. 2004. *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hasan, Ahmad Ridwan. 2013. *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Husaina, Usman. dan Purnomo Setiady. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Asara.
- Ibrahim, Yasin al-Syaikh. 2008. *Kitab Zajid Hukum, Tata Cara dan Sejarah*. Bandung : penerbit Marja.
- Jalaluddin, Rakhmat. 1997. *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Kasmir. 2003. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Khazanah, Umrotul. 2010. *Manajemen Zakat Modern: Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Malang, UIN-Maliki Press
- Latief, Moh Rowi, A. Shomad Robith. 1997. *Tuntunan Zakat Praktis*. Jakarta: Indah Surabaya Anggota IKAPI.
- Purwakananta, Arifin dkk. 2008. *Gerakan Zakat Untuk Indonesia*. Jakarta : RajaGrafindo.
- Purwanto, April. 2009. *Manajemen Fundrasing Bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Yogyakarta: Teras
- Qardawi, Yusuf. 2010. *Hukum Zakat Study Komprehensif mengenai Status dan Filsaf Berdasarkan Al-Quran dan Haidts*. Jakarta: PT Pustaka Antar Nusa.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sabiq, Sayyid. 1987. *Fikih Sunnah 14*. Bandung: PT. Alma'arif.

Sanjaya, Wina. 2008. *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana.

Sari, Kartika Elsi. 2007. *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*. Jakarta: PT. Grasindo.

Sudirman. 2007. *Zakat Dalam Pusaran Arus Modernitas*. Malang: IUN-Malang Press.

Thomson, Arthur A. Jr, Dkk. 2004. *Strategy*. New York: Irwin.

Wadjdy, Farid, dan Mursyid. 2007. *Wakaf dan Kesejahteraan Umat*. Yogyakarta : Putaka Pelajar.

Yet, Sian. 2011. *Star Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

### **Al-Qur'an:**

Katsir, Ibnu. 1989. *Tafsir Al-Qur'an Al Azhim Juz II*. Darul Ma'rifah, Beirut.

Kementrian Agama RI. 2011. *Al-Qur'an Muka terjemahan Tematik*. Bandung: Mikraj Khasanah Ilmu.

### **Buku Terjemahan:**

Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta, Balai Pustaka.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.

David, Fred R. 2009. *Strategi Manajemen*. diterjemahkan oleh Dono Sunardi dengan judul, *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.

**Skripsi:**

Surya Yuliawati. 2008. Analisis Strategi Pemasaran Obat Herbal Biomonos Pada PT. Biofarmaka Indonesia, Bogor. Skripsi. Institut Pertanian Bogor

Syarif Hidayatullah . 2011. “ *Sistem Informasi Manajemen Zakat, Infak, dan Sedekah pada Badan Amil Zakat Nasional*”. Skripsi s1 kearsipan Fakultas dan Teknologi. UIN.

**Internet:**

Abah, Gazza,

[https://www.google.com/?gws\\_rd=ssl#q=fungsi+sosial+bank+syariah](https://www.google.com/?gws_rd=ssl#q=fungsi+sosial+bank+syariah), diakses pada hari kamis tanggal 19 januari 2017 pukul 12:27 WITA.

Griya Yatim & Dhuafa, Sejarah Griya yatim & Dhuafa, dari

<http://id.griyayatim.com/profil/sejarah/-gyd.html>, di akses pada hari minggu 23 april 2017, pukul 20.01 WITA

Khalid Akbar, *Sedekah*.

<http://khalidmanunitedarmy.wordpress.com/2013/04/07/sedekah/>, di akses pada hari sabtu 2 juli 2016, pukul 15:34 WITA.

Shaiza, *Rumah Islam Hukum Sedekah*, <http://sedekahdoa.wordpress.com/hukum-sedekah/>, di akses pada tanggal 26 november 2016, pukul 14:54 WITA.

**Dokumen :**

Arsip. *Badan Pusat Statistik (BPS)*. Kota Banjarmasin 2016.

Arsip. Griya Yatim & Dhuafa (GYD). Kota Banjarmasin tahun 2016.

Arsip. Griya Yatim & Dhuafa. Proposal. 2016.

Arsip. Griya Yatim & Dhuafa. Brosur. 2016.

**KUISIONER PENELITIAN**  
**PENILAIAN BOBOT DAN RATING**  
**FAKTOR STRATEGIS INTERNAL DAN EKSTERNAL PERUSAHAAN**  
**Dalam rangka penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul :**  
**STARTEGI PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT, INFAK, SEDEKAH (ZIS)**  
**PADA GRIYA YATIM & DHUAFI CABANG BANJARMASIN**  
**INDEDNITAS RESPONDEN**

Nama :  
Pekerjaan/Jabatan :  
Alamat :

Kami mohon Bapak/Ibu dapat mengisinya secara objektif dan benar, karena kuisisioner ini adalah untuk penelitian skripsi dengan tujuan ilmiah sehingga diperlukan data yang valid dan akurat. Sebelumnya kami ucapkan terimakasih.

**Peneliti :**  
**Hikmah**  
**1301160263**  
**Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI**  
**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**  
**BANJARMASIN**  
**2017**

### **TUJUAN :**

Mendapatkan penilaian para responden mengenai faktor-faktor strategis internal maupun eksternal dalam pengumpulan dana zakat, infak, sedekah (ZIS), yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor strategis tersebut dapat mempengaruhi atau menentukan keberhasilan analisa untuk merumuskan alternatif strategis pemasaran.

### **PETUNJUK UMUM :**

1. Pengisian kuisioner dilakukan secara tertulis oleh responden.
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari responden.
3. Dalam pengisian kuisioner, responden diharapkan untuk melakukannya secara sekaligus (tidak menunda) untuk menghindari inkonsistensi jawaban.

### **PETUNJUK KHUSUS :**

1. Pembobotan dilakukan dengan metode *paired comparison*, yaitu penilaian bobot (*weight*) dengan membandingkan setiap faktor strategis internal dan eksternal perusahaan. Dalam menentukan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2, dan 3 dengan keterangan sebagai berikut :
  - 1 = Jika indikator horizontal **kurang penting** dari pada indikator vertikal.
  - 2 = Jika indikator horizontal **sama penting** dari pada indikator vertikal.
  - 3 = Jika indikator horizontal **lebih penting** dari pada indikator vertikal.
2. Penentuan bobot merupakan pandangan masing-masing responden terhadap setiap faktor-faktor strategis internal dan eksternal.

### **CONTOH PENGISIAN :**

- “Banyaknya program dalam penyaluran dana ” (A) pada baris/horizontal **kurang penting dari** “Memiliki peran dalam proses menghimpun dana” (B) pada kolom/vertikal. **Maka nilainya = 1**
- “Banyaknya program dalam penyaluran dana” (A) pada baris/horizontal **sama penting dengan** “Memiliki peran dalam proses menghimpun dana” (B) pada kolom/vertikal. **Maka nilainya = 2**
- “Banyaknya program dalam penyaluran dana” (A) pada baris/horizontal **lebih penting dari** “Memiliki peran dalam proses menghimpun dana” (B) pada kolom/vertikal. **Maka nilainya = 3**

**TABEL BOBOT FAKTOR STRATEGIS INTERNAL**

FAKTOR INTERNAL	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	TOTAL	BOBOT
<b>KEKUATAN</b>														
A. Banyaknya program dalam penyaluran dana														
B. Memiliki peran dalam proses menghimpun dana ZIS di cabang banjarmasin														
C. Kelengkapan administrasi dengan adanya database dalam proses menghimpun dana ZIS														
D. Letak yang strategis di cabang banjarmasin														
E. Selalu melakukan sosialisasi pada masyarakat untuk berzakat, infak dan sedekah														
F. Jumlah donator selalu signifikan (bertambah) dari tahun ke tahun														
<b>KELEMAHAN</b>														
G. Belum Memiliki banyak jaringan dengan berbagai instansi terkait dalam penghimpunan dana ZIS														
H. Susah mendapatkan izin untuk meletakkan kotak amal GYD di cabang banjarmasin														
I. Kurangnya aset (Tempat) untuk menampung anak yatim/mukim di cabang banjarmasin														
J. Kurangnya brosur dari pusat dalam penghimpunan dana ZIS														
K. Kurangnya pemanfaatan sarana promosi (spanduk)														
L. Penyaluran dana ZIS tidak semuanya di														

wilayah cabang banjarmasin																									
<b>TOTAL</b>																									

**TABEL BOBOT FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL**

<b>FAKTOR EKSTERNAL</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>J</b>	<b>TOTAL</b>	<b>BOBOT</b>
<b>PELUANG</b>												
A. Besarnya umat Islam di Banjarmasin	■											
B. Pemanfaatan teknologi (media sosial) dalam penghimpunan dana ZIS		■										
C. Kepercayaan masyarakat dalam pengelolaan dana ZIS			■									
D. <i>Image</i> masyarakat dalam pengelolaan dana ZIS cukup dikenal				■								
E. Pemanfaatan kerja sama yang maksimal dalam mengumpulkan dana ZIS					■							
<b>ANCAMAN</b>												
F. Banyaknya pesaing baik lembaga Bank maupun non-Bank dalam menghimpun dana ZIS						■						
G. Banyaknya program sejenis dari pesaing dalam penyaluran dana ZIS							■					
H. Pesaing mempunyai jalur penghimpunan dana ZIS yang luas								■				
I. Banyaknya organisasi dalam pengelolaan dana ZIS									■			
J. Persaingan yang tidak sehat antar lembaga setempat dalam penghimpunan dana ZIS										■		
<b>TOTAL</b>												



**A. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT/RATING TERHADAP FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL**

**Peringkat nilai rating terhadap faktor kekuatan perusahaan**

**Petunjuk pengisian**

1. Pemberian nilai peringkat/rating menunjukkan tingkat faktor strategis sebagai kekuatan atau kelemahan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut:  
 Nilai 4, jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kekuatan utama**  
 Nilai 3, jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kekuatan kecil**
2. Pengisian kolom penilaian peringkat/rating menggunakan tanda check list (√).

<b>KEKUATAN</b>	4	3
• Banyaknya program dalam penyaluran dana		
• Memiliki peran dalam proses menghimpun dana ZIS di cabang banjarmasin		
• Kelengkapan administrasi dengan adanya database dalam proses menghimpun dana ZIS		
• Letak yang strategis di cabang banjarmasin		
• selalu melakukan sosialisasi pada masyarakat untuk berzakat, infak dan sedekah		
• Jumlah donator selalu signifikan (bertambah) dari tahun ke tahun		

**Pemberian nilai/rating terhadap faktor kekuatan perusahaan**

**Petunjuk pengisian:**

1. Pemberian nilai peringkat/rating menunjukkan tingkat faktor strategis sebagai kekuatan atau kelemahan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut:  
 Nilai 1, jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kelemahan utama**  
 Nilai 2, jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kelemahan kecil**
2. Pengisian kolom penilaian peringkat/rating menggunakan tanda check list (√)

<b>KELEMAHAN</b>	1	2
• Belum Memiliki banyak jaringan dengan berbagai instansi terkait dalam penghimpunan dana ZIS		
• Susah mendapatkan izin untuk meletakkan kotak amal GYD di cabang banjarmasin		
• Kurangnya aset (Tempat) untuk menampung anak yatim/mukim di cabang banjarmasin		
• Kurangnya brosur dari pusat dalam penghimpunan dana ZIS		
• Kurangnya pemanfaatan sarana promosi (spanduk)		
• Penyaluran dana ZIS tidak semuanya di wilayah cabang banjarmasin		

**B. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT/RATING TERHADAP FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL**

**Pemberian nilai peringkat/rating terhadap peluang**

**Petunjuk pengisian**

- Pemberian nilai peringkat/rating didasarkan pada kemampuan perusahaan dalam meraih peluang yang ada. Pemberian nilai peringkat/rating didasarkan pada keterangan berikut:  
 Nilai 4, jika perusahaan mempunyai kemampuan **sangat baik** dalam meraih peluang tersebut.  
 Nilai 3, jika perusahaan mempunyai kemampuan **baik** dalam meraih peluang tersebut.  
 Nilai 2, jika perusahaan mempunyai kemampuan **cukup baik** dalam meraih peluang tersebut.  
 Nilai 1, jika perusahaan mempunyai kemampuan **tidak baik** dalam meraih peluang tersebut.
- Pengisian kolom penilaian peringkat/rating menggunakan tanda (√)

PELUANG	4	3	2	1
• Besarnya umat Islam di kota Banjarmasin				
• Pemanfaatan teknologi (media sosial) dalam penghimpunan dana ZIS				
• Kepercayaan masyarakat dalam penghimpunan dana ZIS di cabang Banjarmasin				
• <i>Image</i> masyarakat dalam pengelolaan dana ZIS cukup dikenal				
• Pemanfaatan kerja sama yang maksimal dalam mengumpulkan dana ZIS				

**Pemberian nilai peringkat/rating terhadap ancaman**

**Petunjuk pengisian:**

- Pemberian nilai peringkat/rating didasarkan pada besarnya ancaman yang dapat mempengaruhi keberadaan perusahaan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut:  
 Nilai 4, faktor ancaman memberikan **pengaruh yang sangat kuat** terhadap perusahaan.  
 Nilai 3, jika faktor ancaman memberikan **pengaruh kuat** terhadap perusahaan.  
 Nilai 2, jika faktor ancaman memberikan **pengaruh biasa** terhadap perusahaan.  
 Nilai 1, jika faktor ancaman tidak **memberikan pengaruh** terhadap perusahaan.
- Pengisian kolom penilaian peringkat/rating menggunakan tanda (√)

ANCAMAN	4	3	2	1
• Banyaknya pesaing baik lembaga Bank maupun non-Bank dalam menghimpun dana ZIS				
• Banyaknya program sejenis dari pesaing dalam penyaluran dana ZIS				
• Pesaing mempunyai jalur penghimpunan dana ZIS yang luas				
• Banyaknya organisasi sejenis dalam pengelolaan dana ZIS				
• Persaingan yang tidak sehat antar lembaga setempat dalam penghimpunan dana ZIS				

**KUISIONER PENELITIAN**  
**PENILAIAN BOBOT DAN RATING**  
**FAKTOR STRATEGIS INTERNAL DAN EKSTERNAL PERUSAHAAN**  
**Dalam rangka penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul :**  
**STARTEGI PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT, INFAK, SEDEKAH (ZIS)**  
**PADA GRIYA YATIM & DHUAFI CABANG BANJARMASIN**  
**INDEKSTITAS RESPONDEN**

Nama :  
Pekerjaan/Jabatan :  
Alamat :

Kami mohon Bapak/Ibu dapat mengisinya secara objektif dan benar, karena kuisisioner ini adalah untuk penelitian skripsi dengan tujuan ilmiah sehingga diperlukan data yang valid dan akurat. Sebelumnya kami ucapkan terimakasih.

**Peneliti :**  
**Hikmah**  
**1301160263**  
**Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI**  
**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**  
**BANJARMASIN**  
**2017**

**TUJUAN :**

Mendapatkan penilaian para responden mengenai faktor-faktor strategis internal maupun eksternal dalam penghimpunan dana zakat, infak, sedekah (ZIS), yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor strategis tersebut dapat mempengaruhi atau menentukan keberhasilan analisa untuk merumuskan alternatif strategis pemasaran.

**PETUNJUK UMUM :**

1. Pengisian kuisioner dilakukan secara tertulis oleh responden.
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari responden.
3. Dalam pengisian kuisioner, responden diharapkan untuk melakukannya secara sekaligus (tidak menunda) untuk menghindari inkonsistensi jawaban.

**PEMBERIAN NILAI PERINGKAT/RATING TERHADAP FAKTOR-FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL DAN INTERNAL**

Petunjuk Pengisian :

Pemberian nilai peringkat didasarkan pada daya tarik setiap faktor strategis internal dan eksternal terhadap alternatif strategi pemasaran yang layak untuk diimplementasikan.

Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut :

- |                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| 1= tidak tertarik | 3 = cukup menarik  |
| 2 = agak menarik  | 4 = sangat menarik |

Faktor Strategi	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8		
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	
A. Besarnya umat Islam di kota Banjarmasin																		
B. Pemanfaatan teknologi (media sosial) dalam penghimpun dana ZIS																		
C. Kepercayaan masyarakat dalam penyaluran dana ZIS																		
D. <i>Image</i> masyarakat dalam pengelolaan dana ZIS cukup dikenal																		
E. Pemanfaatan kerja sama yang maksimal dalam mengumpulkan dana ZIS																		
F. Banyaknya pesaing baik lembaga Bank maupun non-Bank dalam menghimpun dana ZIS																		
G. Banyaknya program sejenis dari pesaing dalam penyaluran dana ZIS																		
H. Pesaing mempunyai jalur penghimpunan dana ZIS yang luas																		
I. Banyaknya organisasi sejenis dalam pengelolaan dana ZIS																		
J. Pesaingan yang tidak sehat antar lembaga setempat dalam penghimpunan dana ZIS																		
TOTAL	1.00																	
A. Banyaknya program dalam penyaluran dana ZIS																		
B. Memiliki peran dalam proses menghimpun dana ZIS																		
C. Kelengkapan administrasi dengan adanya database dalam																		



Keterangan :

- Strategi 1 : Menambahkan program-program inovatif penyaluran dana ZIS untuk meningkatkan dana ZIS dengan masyarakat.
- Strategi 2 : Memaksimalkan program-program penyaluran dana ZIS dalam mempertahankan image masyarakat terhadap pengelolaan dana ZIS.
- Strategi 3 : Mengintensifkan upaya sosialisasi mengenai pengelolaan ZIS dan menjalin kerjasama antar Lembaga Amil Zakat.
- Strategi 4 : Melakukan sinergi antar Lembaga Amil Zakat dalam program-program penyaluran dana ZIS.
- Strategi 5 : Membangun jaringan komunikasi dengan berbagai instansi dan pengelola rumah makan, *mini market*, warung, dan tempat umum.
- Strategi 6 : Membuktikan pengelolaan dana ZIS dengan program-program penyaluran dana kepada masyarakat.
- Strategi 7 : Menjalinkan kemitraan (kerjasama) yang kuat dengan berbagai perusahaan dalam menghimpun dana ZIS.
- Strategi 8 : Menambahkan aset (tempat) untuk menampung anak mukim menjadi lebih banyak.



# PROPOSAL

RAMADHAN PENUH BERKAH 1436 H



Program pemberdayaan anak-anak yatim & dhuafa serta bantuan sosial & keagamaan bagi masyarakat kurang mampu



Ambassador GYD Ramadhan 1436 H, Dimas Seto dan Dhini Aminarti (Posongan Selebriti)

## MUDAHKAN HIDUPNYA HIASI DENGAN BELAIANMU

\*Kutipan Sheila On 7

*"Apakah kamu suka jika hatimu menjadi lunak dan kebutuhanmu terpenuhi? Sayangilah anak yatim, usaplah kepalanya, dan berilah ia makan dari makanannya niscaya hatimu menjadi lunak dan kebutuhanmu terpenuhi."*  
(HR. Ath-Thabrani. Hadis shahih dalam Shahih Jami'ush Shaghir Al-Albany hal. 80)



[www.griyayatim.com](http://www.griyayatim.com)

Griya Yatim (Griya Yatim dan Dhuafa)

@GRIYAYATIMdhu

7463 0087

Info lebih lanjut:

0813 5032 0409

HARYOTO



GRIYA  
YATIM &  
DHUAFa

care & integrity...



# Ayo BERBAGI

Untuk masa depan pendidikan serta kesejahteraan yatim dan dhuafa agar lebih dekat dengan nabi

## Visi

"Menjadi Organisasi sosial terdepan dalam mewujudkan masa depan Yatim & Dhuafa"

## Misi

1. Pemberdayaan Potensi Yatim & Dhuafa
2. Menjadi fasilitator yang memiliki integritas
3. Menjadi organisasi yang profesional & modern
4. Menjadi organisasi yang lebih peduli terhadap lingkungan hidup

*Tanggung jawab kita adalah masa depan mereka*



Griya Yatim (Griya Yatim dan Dhuafa)



@GRIYATIMdhf



0896 0609 0609



57A8BF28

Philanthropy Pertama di Dunia  
yang Menggunakan ATM dalam  
Penyaluran Kepada Binaan  
(No.5327/R.MUR/11/2012)



AUDITED  
Materi Tanpa Pengawasan

[www.griyayatim.com](http://www.griyayatim.com)

## RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : Hikmah
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Muara Babuat, 31 Desember 1994
3. Agama : Islam
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status perkawinan : Sudah Kawin
6. Alamat : Jl. A. Yani No. 80 Rt. 1 Rw. 03 Kel.  
Beriwit Kec. Murung Kalimantan Tengah.
7. Pendidikan :
  - a. SD/MI : SDN-1 Muara Babuat.
  - b. SMP/MTs : SMP-N 1. Murung Raya, Kalimantan Tengah.
  - c. SMA/MA : SMA-N 1 Murung Raya, Kalimantan Tengah.
  - d. Perguruan Tinggi : UIN Antasari Banjarmasin, Kalimantan Selatan.
8. Pengalaman Organisasi :-
9. Orang Tua :
  - Ayah :
    - Nama : Anwar Sadat
    - Pekerjaan : Swasta
    - Alamat : Muara Babuat, Kalimantan Tengah.
  - Ibu :
    - Nama : Siti Rahayu
    - Pekerjaan : -
    - Alamat : Muara Babuat, Kalimantan Tengah.
10. Saudara :
  - a. Kakak Pertama : Mahdalika Amk. Keb.
11. Anak ke : Anak ke-2 dari 2 bersaudara

Banjarmasin 07 Juli 2017

Penulis



Hikmah