

“PERAN BAHASA ARAB SEBAGAI SARANA INOVASI PADA AKTIFITAS EKONOMI KREATIF”

Umi Machmudah, UIN Malang *
machmudah@pba.uin-malang.ac.id

dipresentasikan pada:
Konferensi dan Lokakarya Kedwibahasaan Internasional 2015
International Conference and Workshop on Bilingualism 2015
(KLKI 2015/ICWB 3-5 November 2015)
Surabaya, Indonesia
(*Proceedings*)

The role of Arabic as a Tool of Innovation in Creative Economy Activity in Indonesia

Language learning -any language- is closely related with the function of a means of communication between the users. If the language users (native speakers) produce culture, work ethics and hegemonic power of politics, individuals or communities who are non-native speakers will be interested to learn that language, with the aim of gaining “advanced culture”. Nowadays, Arabic functions not only as religious language but has already diffused in several life dimensions, even Arabic is present as a tool of innovation in creative economy activity. It is due to the fact that the use of Arabic is much influenced by the users’ motivations. In the theory of creative construction, through activity of internal process, it is explained that one’s language acquisition is closely related with psychological and environmental variables. In this part, there is screening process that selects language input based on motivations which are comprised of integrative motivation, instrumental motivation and social identification motivation. These three kinds of motivation encourage the emergence of innovation in a way of Arabic through some kinds of program, services or products which can be the tool of creative economy for spreaders of that language. 1) Arabic for Banking “*Al ‘Arobiyyah li al Mashraf*”, 2) Arabic for Tourism “*Al ‘Arobiyyah li al Siyaahah*”, 3) Arabic for Printing “*Al ‘Arobiyyah li al Thibaa’ah*”, 4) Arabic for Hajj “*Al ‘Arobiyyah li al Hajj*”, 5) Arabic for Worker “*Al ‘Arobiyyah li al Ummal*”, 6) Arabic for Translation “*Al ‘Arobiyyah li al Tarjamah*”, 7) Arabic for Diplomacy “*Al ‘Arobiyyah lil Wafdi*”, 8) IT-based Arabic “*Al ‘Arobiyyah At Tiknuluujiyyah*”.

PERAN BAHASA ARAB SEBAGAI SARANA INOVASI PADA AKTIFITAS EKONOMI KREATIF

Pembelajaran bahasa- apapun bahasa itu- terkait erat dengan fungsinya sebuah alat komunikasi antar penggunanya. Jika pengguna bahasa tersebut (*native speakers*) memproduksi budaya, etos kerja dan kuasa politik yang “*hegemonic*” maka individu atau komunitas di luar *native speakers* akan tertarik untuk mempelajari bahasa itu, dengan tujuan untuk mendapatkan “budaya maju”. Kini, bahasa Arab tidak saja fungsinya sebagai bahasa

agama akan tetapi sudah merambah pada berbagai dimensi kehidupan, bahkan bahasa Arab hadir sebagai sarana inovasi dalam aktivitas ekonomi kreatif. Karena penggunaan bahasa Arab sangat dipengaruhi oleh motivasi penggunaannya. Dalam teori konstruksi kreatif, melalui aktifitas pemrosesan internal menyatakan bahwa pemerolehan bahasa seseorang berkaitan erat dengan variabel psikologis dan lingkungan. Pada bagian ini ada proses penyaringan yang menyeleksi masukan bahasa berdasarkan motivasi yang terdiri dari motivasi integratif, instrumental dan identifikasi sosial. Ketiga motivasi ini mendorong munculnya inovasi dalam upaya penggunaan bahasa Arab melalui beberapa macam program, jasa maupun produk yang bisa menjadi sarana ekonomi kreatif bagi penyebar bahasa tersebut.1) Bahasa Arab untuk Perbankan “*Al ‘Arobiyyah li al Mashraf*”, 2) Bahasa Arab untuk Pariwisata “*Al ‘Arobiyyah li al Siyaahah*”, 3) Bahasa Arab untuk Percetakan “*Al ‘Arobiyyah li al Thibaa’ah*”, 4) Bahasa Arab untuk Haji “*Al ‘Arobiyyah li al Hajj*”, 5) Bahasa Arab untuk Pekerja “*Al ‘Arobiyyah li al Ummal*”, 6) Bahasa Arab untuk Tarjamah “*Al ‘Arobiyyah li al Tarjamah*”, 7) Bahasa Arab untuk Diplomasi (*Al ‘Arobiyyah lil Wafdi*), 8) Bahasa Arab berbasis IT (*Al ‘Arobiyah At Tikhnuujiyyah*)

A. Bahasa Arab dan Tantangan ke Depan

Bahasa Arab merupakan salah satu bahasa mayor dunia yang dituturkan oleh lebih dari 200.000.000 umat manusia (Ghazzawi 1992). Bahasa ini digunakan oleh secara resmi oleh kurang lebih 20 negara. Karena merupakan bahasa kitab suci dan tuntunan agama Islam sedunia, maka ia merupakan bahasa yang paling besar signifikansinya bagi ratusan juta muslim sedunia, baik yang berkebangsaan Arab maupun bukan. Akhir-akhir ini bahasa Arab merupakan bahasa yang peminatnya cukup besar di Barat. Di Amerika misalnya, hampir tidak ada perguruan tinggi yang tidak menjadikan bahasa Arab sebagai salah satu matakuliah, termasuk perguruan tinggi Katolik atau Kristen. Sebagai contoh *Harvard University*, sebuah perguruan tinggi swasta paling terpendang di dunia yang didirikan oleh alim ulama Protestan, dan *Georgetown University*, sebuah universitas swasta Katolik, keduanya mempunyai pusat studi Arab yang kurang lebih merupakan *Center for Contemporary Arab Studies*¹.

Bahasa Arab menjadi bahasa yang berdiri sendiri, seperti yang dikenal saat ini, mulai dari abad ke-3 Masehi. Sebelum abad ke tujuh Masehi, bahasa Arab secara predominan merupakan bahasa lisan (Salibi, 1980) Sejarah-sejarah, riwayat hidup, puisi-puisi, dihapal dan ditransmisikan secara lisan dari generasi ke generasi. Sejak abad ketujuh Hijrah, Bahasa Arab telah berkembang pesat, ketika orang-orang Arab berhasil membangun suatu daerah kekuasaan yang amat luas. Daerah-daerah itu terbentang dari sungai Indus di Timur sampai ke Samudera Atlantik di Barat; dari Laut Arab di bagian Selatan sampai ke perbatasan Turki

¹. Arsyad, A. 2007. *Bahasa Arab dan Metode Pengajarannya*, Yogyakarta. Pustaka Pelajar: 1.

dan Kaukasus di bagian Utara. Bahasa Arab dalam lingkungannya yang baru harus menghadapi beberapa bahasa yang lebih mapan dan memiliki peradaban yang tinggi. Walaupun demikian, setelah melalui fase-fase penyesuaian dan adaptasi bahasa Arab yang pada mulanya hanya sebuah dialek orang-orang nomad dan semi nomad telah bangkit secara sempurna sebagai sebuah bahasa kerajaan dan alat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan pada abad ke delapan Hijriah.

Harus diakui bahwa pembelajaran bahasa- apapun bahasa itu- terkait erat dengan fungsinya sebuah alat komunikasi antar penggunanya. Jika pengguna bahasa tersebut (*native speakers*) memproduksi budaya, etos kerja dan kuasa politik yang “*hegemonic*” maka individu atau komunitas di luar *native speakers* akan tertarik untuk mempelajari bahasa itu, dengan tujuan untuk mendapatkan “budaya maju”. Itulah yang dialami bahasa Arab, Inggris, Perancis, Jerman, Rusia, Cina dan Jepang. Bahasa Arab –dari berbagai aspek- mengalami kemajuan terlebih dahulu dibandingkan dengan lima bahasa besar di atas. Karena bahasa Arab mengalami “kemajuan” internal sejak awal abad ketujuh masehi, dan mencapai puncaknya pada abad ke delapan dan ke sembilan. Seiring dengan gerakan Arabisasi sekaligus Islamisasi yang ditopang kekuatan politik, ekonomi, sains, dan teknologi yang dicapai oleh penggunanya²

Jika kita amati, tantangan dunia kerja di era global seperti saat ini, meliputi kompetensi, kompetisi dan teknologi (IT). Kompetensi artinya penguasaan secara mendalam di suatu bidang, kompetisi artinya nilai lebih dan ini bisa diwujudkan melalui inovasi. Produk atau jasa yang diusahakan harus bernilai lebih agar bisa bersaing dengan produk atau jasa sejenis. Teknologi, khususnya IT merupakan basis dalam melakukan aktivitas pekerjaan. Ciri- ciri IT adalah kecepatan dan keakuratan, produk atau jasa menjadi kompetitif jika memiliki dua ciri tadi.³

Seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dalam dunia pendidikan, bahasa Arab telah beranjak mewujudkan peranannya dalam aktifitas ekonomi kreatif melalui berbagai macam inovasi dalam berbagai bentuk program, jasa ataupun produk. Aktifitas tersebut baik yang berbahan dasar mulai yang sederhana sampai yang berbasis teknologi.

B. Dinamika Peran Bahasa Arab

². Ghazali Said, Imam. 2005. Bahasa dan Sastra Arab Sebagai Basis Kemandirian (Belajar dari Pengalaman). Malang: Jurusan Sastra Fakultas Sastra. Universitas Negeri Malang: 1

³. Sholeh, UG. 2005. Keluar dari Belenggu Kembali Pada Diri Sendiri. Jurusan Sastra Fakultas Sastra. Universitas Negeri Malang: 1

Pada abad kesepuluh bahasa Arab sebagai bahasa politik dan administrasi mengalami penurunan seiring dengan munculnya gerakan otonomi di daerah- daerah yang tak mengharuskan bahasa Arab sebagai bahasa administrasi negara. Meskipun demikian bahasa Arab tetap berkembang berinteraksi dengan bahasa Persi. Dari sini bahasa Arab mulai sedikit demi sedikit kehilangan perannya sebagai bahasa administrasi negara. Kemunduran peran bahasa Arab sebagai “bahasa politik” pasca abad ke sepuluh, seiring dengan surutnya hegemoni politik para penggunanya ternyata mendorong dinamika bahasa itu untuk menjadi “bahasa yang sentimentil dan romantis” sebagai alat dan sarana untuk mengungkap rasa kekaguman, kerinduan, dan kecintaan. Pada masa ini muncul sastrawan besar sekelas al Busyiri dengan qashidah *burdah*-nya, al Sharshori dengan *maulid*-nya, Ad Daiba’i dengan *Sirah Nabawiyah*-nya yang sampai kini belum tertandingi karena kehebatannya.

Di sisi lain gerakan dakwah Islam yang dilakukan oleh bukan pengguna bahasa Arab, mendorong mereka untuk bersikap “toleran” terhadap bahasa lokal. Bahasa Arab yang berperan sebagai bahasa agama harus rela berdampingan dengan bahasa- bahasa lokal di seluruh dunia Islam, sehingga terjadi saling penyerapan (*ad tadaakhul*) dan saling mengambil. Hal ini yang terjadi pada bahasa Persi, Turki, Urdu, Bengali, Melayu, Hawsa, Sawahili, dll. Aktifitas pengadopsian tidak saja terjadi pada kosa kata/ mufradat/ vocab/ akan tetapi merambah pada penggantian lambang bahasa aslinya. Hal ini terjadi pada bahasa Persi, Urdu, Melayu, Jawa, Madura, Sunda, dll. Dengan demikian fungsi bahasa Arab sebagai bahasa komunikasi budaya “menyusut” menjadi bahasa yang banyak mempengaruhi perkembangan bahasa lokal. Dan cakupan bahasanya (*contens*) menyempit pada masalah keagamaan (Islam). Jadi tidak heran jika bahasa Arab kemudian diidentikkan dengan Islam sebagai agama.⁴

Jika dibandingkan dengan bahasa Inggris, citra dan apresiasi pada bahasa Arab pada masyarakat Indonesia (yang merupakan komunitas muslim terbesar di dunia) tampaknya kurang menggembirakan. Banyak hal yang menjadikan fenomena ini tetap bertahan, diantaranya karena bahasa Arab hanya dianggap sebagai sarana mengkaji ilmu- ilmu agama, dan yang terpenting belum memfungsikannya sebagai sebuah disiplin ilmu yang perlu dikembangkan melalui perbagai penelitian dan pengembangan serta pembacaan kembali

⁴ . Ghazali Said, Imam. 2005. Bahasa dan Sastra Arab Sebagai Basis Kemandirian (Belajar dari Pengalaman). Malang: Jurusan Sastra Fakultas Sastra. Uniersitas Negeri Malang: 2

secara kritis dan termakan oleh isu ulama' masa lalu bahwa bahasa Arab itu (terutama nahwu an shorof) itu telah "matang dan terbakar" artinya sudah tidak perlu lagi diperbaharui.⁵

C. Kebangkitan Bahasa Arab

Dinamika internal bahasa Arab dan penyebarannya tidak dapat dipisahkan dengan gerakan dakwah islamiyah. Konsekwensinya jika dakwah di suatu kawasan tersebut sukses, maka bahasa Arab akan mengiringi kesuksesan dakwah itu untuk mempengaruhi bahasa lokal di kawasan tersebut. Jika dakwah tersebut berkembang menjadi kekuatan politik, maka bahasa Arab akan muncul sebagai bahasa yang mendampingi bahasa lokal, baik dalam bentuk saling menyerap, pengadopsian huruf Arab, maupun menjadikan bahasa Arab sebagai sarana komunikasi dan administrasi negara. Hal ini terjadi di kawasan jazirah Arabia, Palestina (termasuk Yourdan) dan Afrika Utara, seperti Siria, Libanon, Sudan, Libia, Tunisia dan Maroko. Sedang di daerah- daerah seperti Irak (termasuk Kuwait) Yaman, memang daerah ini sejak awal penduduk daerahnya termasuk "pemilik bahasa Arab" jauh sebelum Islam lahir. Hal ini terjadi sejak abad XII sampai XVII. Mulai abad XVII pengaruh bahasa Inggris dan Perancis masuk wilayah dunia Islam.

Kemajuan dan hegemoni politik bahasa Inggris dan Perancis dalam waktu satu kurang lebih satu abad memaksa kaum muslim untuk meminggirkan bahasa Arab sebagai sarana komunikasi. Bahasa Arab tersudut, sampai titik kulminasinya, hingga menjadi hanya sebagai bahasa komunikasi di kalangan awam dan bahasa agama di daerah asalnya, dan hanya menjadi bahasa agama yang digunakan untuk ritual agama di daerah- daerah non Arab⁶.

Kondisi ini mematangkan perlawanan para pejuang nasionalis Arab, baik muslim maupun non muslim yang tak rela bangsa dan negaranya dijajah dalam seluruh aspek kehidupannya. Ideologi, budaya asli termasuk bahasa Arab (apapun agama dan daerah asalnya) yang memotivasi mereka untuk menulis dalam bahasa Arab, walaupun sebenarnya mereka mampu menulis dalam bahasa Inggris dan Perancis, seperti Irahim Yazji, Rifa'ah Tahtawi, Luis Ma'luf, Ahmad Syauqi, dan Abdurrahman Kawakibi, Musthafa Kamil dll.

Bahasa Arab selain menjadi bahasa komunikasi antar intelektual muslim di seluruh dunia, kini telah menjadi bahasa komunikasi di berbagai aspek kehidupan, dalam urusan politik, ekonomi, kebudayaan, dan bidang- bidang lainnya. Tulisan ini mencoba memberikan

⁵ . Wahab Muhbib, Abdul. *Tantangan dan Prospek Pendidikan Bahasa Arab di Indonesia*. Jakarta: UIN: 2

⁶ . Ghazali Said, Imam. 2005. *Bahasa dan Sastra Arab Sebagai Basis Kemandirian (Belajar dari Pengalaman)*. Malang: Jurusan Sastra Fakultas Sastra. Uniersitas Negeri Malang: 3

wawasan bagaimana sebenarnya bahasa Arab baik sebagai bahasa asing atau bahasa kedua bagi masyarakat Indonesia mampu dijadikan sebagai sarana inovatif pada kegiatan ekonomi kreatif pada saat ini. Inovasi tersebut baik yang berupa program kegiatan maupun berbagai macam produk dengan berbagai variasi media.

D. Teori Pemerolehan Bahasa (TPB) Model Konstruksi Kreatif

Teori ini muncul bersamaan dengan munculnya teori model Monitor, kedua teori saling memberikan sumbangsih demi perkembangan masing- masing teori. Karena itu ada kemiripan antara keduanya baik dalam konsep maupun dalam bukti- bukti empiris. Teori ini dikemukakan oleh Damulay dan Burth. Konstruksi dan paradigma awal teori ini dikemukakan tahun 1977 dalam *Some Remarks on Creativity in Language Acquisition* dan diperbaiki lagi pada tahun 1982 dalam *Language Two*. Seperti halnya teori monitor, teori konstruksi kreatif ini bersifat nativis. Munculnya banyak diilhami oleh konsep LAD yang dikemukakan oleh Chomsky, temuan- temuan penelitian pemerolehan dan temuan- temuan penelitian peranan faktor afektif dalam pemerolehan B2 seperti dikerjakan oleh Lambert dan Gardner.⁷

Meskipun demikian, teori ini berbeda dengan dua teori sebelumnya, yaitu Nativis LAD dan TPB Model Monitor. Perbedaan itu terletak pada konstruksi dan paradigmanya dan beberapa konsep dasar yang mengisi konstruksi dan paradigma itu. Suatu hal yang paling membedakan teori ini dengan TPB model Monitor ialah bahwa teori ini tidak membedakan secara tegas antara pemerolehan dan belajar. Kedua konsep itu digunakan secara bergantian. Dalam teori ini konsep pemerolehan yang dikemukakan oleh Krashen sering diacu dengan konsep bawah sadar.⁸

Pandangan dasar teori TPB Konstruksi Kreatif ini adalah bahwa manusia selaku si belajar kreatif dalam pemerolehan bahasa ke dua (B2). Ia tidak selalu dikondisikan oleh pengetahuan- pengetahuan yang sudah dimilikinya dan lingkungannya. Adanya kekreatifan itu menyebabkan si belajar melakukan proses konstruksi kreatif dalam pemerolehan B2. Yang dimaksud konstruksi kreatif adalah proses pembentukan sistem kaidah setapak demi setapak berdasarkan ujaran yang didengar atau diserap oleh si belajar sebagai usaha membentuk berbagai macam hipotesis tentang sistem kaidah B2 yang sedang dipelajarinya.

⁷. Saryono, Djoko. 1991. Beberapa Teori Pemerolehan Bahasa. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan IKIP Malang Proyek Operasi dan Perawatan Fasilitas: 73

⁸. Dulay, Burt dan Stephen D. Krashen. 1982. *Language Two*. Oxford University Press: 11

Hal ini berlangsung secara sadar melalui proses bawah sadar yang dikendalikan oleh mekanisme kejiwaan yang bersifat kodrati⁹.

Dalam kerjanya mekanisme kejiwaan dipandu oleh sebuah pemrosesan internal, yang berkaitan dengan variabel- variabel psikologis maupun lingkungan. Proses ini yang bertanggungjawab mengendalikan proses pemerolehan bahasa. Pada bagian ini ada proses penyaringan yang menyeleksi masukan bahasa berdasarkan motivasi. Motivasi ini merupakan daya rasa seseorang untuk bertindak atau berperilaku. Ada tiga motivasi yang saling bertautan mempengaruhi proses pemerolehan B2, yaitu 1) Motivasi integratif yang berisi keinginan- keinginan dan i'tikad- i'tikad berperanserta dalam kehidupan masyarakat yang berbicara dalam bahasa yang sedang dipelajari oleh si belajar. 2) Motivasi instrumental berisi keinginan- keinginan dan i'tikad- i'tikad menggunakan bahasa yang sedang dipelajari untuk kepentingan- kepentingan praktis. 3) Motivasi identifikasi sosial yang berisi keinginan- keinginan dan i'tikad- i'tikad menguasai bahasa yang digunakan oleh suatu kelompok sosial dalam upaya mengidentifikasi diri ke dalam kelompok sosial itu¹⁰.

E. Inovasi sebagai modal Ekonomi Kreatif

Ekonomi bebas tidak bisa dielakkan lagi. Dari perspektif dunia, diakui bahwa usaha kecil, mikro dan menengah memainkan suatu peran vital dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak saja di negara- negara berkembang tetapi juga di negara- negara maju. Pada tingkat makro perubahan sistem perdagangan internasional menuju liberalisasi seperti ASEAN menuju AFTA maupun MEA 2015 dapat mendatangkan peluang pasar yang lebih besar meskipun juga tantangan untuk mengalahkan pesaing domestik maupun luar negeri¹¹.

Survive sebuah negara ditentukan oleh seberapa besar daya saingnya. Daya saing bisa dipertahankan selama ada upaya- upaya yang mengarah pada inovasi. Karena inovasi merupakan kunci utama daya saing¹²

1) Definisi Inovasi

⁹. Saryono, Djoko. 1991. Beberapa Teori Pemerolehan Bahasa. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan IKIP Malang Proyek Operasi dan Perawata Fasilitas: 75

¹⁰. Dulay, Burt, dan Stephen D. Krashen. 1982. *Language Two*. Oxford University Press: 47.

¹¹. Tulus T.H. Tambunan. Policy Paper, No 15. Maret 2013. *Advancing Indonesia's Civil Society in Trade and Investment Climate (ACTIVE) Programme*- Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015: Peluang dan Tantangan bagi UMKM Indonesia. KADIN Indonesia- European Union: 1-14

¹². Shahid, Yusuf. 2007. *From Creativity to Innovation*. Policy Research Working Paper 4262, June, Development Research Group, Washington, D.C.: World Bank

Inovasi adalah suatu gagasan, obyek benda, atau kegiatan yang dianggap baru¹³ Seiring dengan definisi ini Rogers berpendapat bahwa inovasi adalah: *an idea, practice, or object, that is perceived as new by individual or other unit of adoption*. Sedangkan Peter Drucker berpendapat: *a change that creates a new dimension of performance*. Bahwa inovasi adalah perubahan, ide atau gagasan yang mendorong seseorang sebagai penggunaanya, bekerja dan berkarya, berbeda dan lebih baik dari sebelumnya atau menghasilkan karya dengan dimensi kinerja yang baru. Inovasi terjadi secara beriringan dengan timbulnya tantangan, karena setiap inovasi menyebabkan orang dalam situasi berbeda dan memerlukan penyesuaian diri.

2) Aspek Inovasi

Inovasi memiliki tiga aspek yaitu meliputi: Kebaruan (*Newness*), Temuan Ulang (*Reinvention*), dan kekhasan¹⁴. Kebaruan (*Newness*). Suatu kegiatan, proses, produk atau temuan ilmiah dianggap sebagai inovasi karena kegiatan, proses, produk atau temuan ilmiah tersebut belum pernah ada sebelumnya dan atau belum pernah digunakan, dengan kata lain memiliki aspek kebaruan. Temuan ulang merupakan proses daur ulang inovasi karena inovasi tersebut sudah dimodifikasi atau sudah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sebagai pengguna atau hasil kaji ulang suatu kegiatan adopsi dan implementasi inovasi. Terkait dengan kekhasan inovasi, Rogers merumuskan bahwa suatu inovasi dapat diterima oleh khalayak sebaiknya memenuhi beberapa persyaratan. Persyaratan yang dimaksud yaitu sifat- sifat khusus atau kekhasan yang dapat mempermudah proses penyebaran dan implementasi inovasi itu sendiri. Berikut ini penjabaran secara rinci kekhasan inovasi beserta kasus yang mengiringinya.

3) Kekhasan Inovasi

a. Manfaat Relatif (*Relative Advantage*)

Ungkapan Rogers terkait manfaat adalah: *is the degree to which an innovation is perceived as being better than the idea it supersedes*. Sering kali asas manfaat ini dikaitkan dengan keuntungan secara ekonomis, gengsi sosial atau keuntungan dalam bentuk lain. Keuntungan ekonomis adalah nilai yang dianut sewaktu mengukur manfaat inovasi dengan perhitungan kemudahan tertentu. Selain keuntungan ekonomis manfaat juga relatif dikaitkan dengan gengsi sosial (*social prestige*) yang terkandung dalam inovasi. Pernyataan ini menegaskan bahwa

¹³. www.mc.uky.edu/icis/documents/idtf-pdf

¹⁴ Prawiradilaga, Dewi Salma, *Wawasan Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 212- 218

inovasi tertentu dapat menaikkan gengsi sosial atau pandangan masyarakat lain terhadap orang tertentu (*adopter*) yang menggunakan inovasi itu.

b. Sesuai (*Compability*)

Kekhasan inovasi menurut Rogers yang kedua adalah: *compability is the degree to which an innovation is perceived as persistend with the existing values, past experiences and needs of potential adopters*. Kekhasan inovasi yang kedua mencerminkan tidak adanya pertentangan antara inovasi dengan nilai- nilai atau budaya yang berlaku di lingkungan masyarakat atau khalayak. Semakin sesuai inovasi dengan sistem nilai dan masyarakat, semakin mudah masyarakat menerimanya karena mereka telah memperoleh keyakinan atas inovasi tersebut.

c. Rumit (*Complexity*)

Syarat ketiga adalah: *complexity is the degree to which an innovation is received as relatively diffucult to understand and use. Any new idea may be classified on the complexity-simplicity continuum*. Yakni bahwa inovasi dapat diadopsi dan diterima karena inovasi tersebut mudah diterapkan atau digunakan oleh masyarakat. Semakin sederhana inovasi tersebut, semakin cepat khalayak mengadopsinya.

d. Dapat Dicoba (*Triability*)

Kekhasan keempat adalah *triability is the degree to which an innovation may be experimented with on lilited basis the personal trying –out of an innovation is a way to give meaning to an innovation*. Kekhasan ini merupakan suatu keadaan di mana suatu masyarakat atau khalayak diberi kesempatan untuk melaksanakan ujicoba terhadap inovasi.

e. Dapat Diamati (*Observability*)

Kekhasan yang keempat menurut Rogers: *observability is the degree to wich the result of an innovation are visible to others. The result of some ideas are easily observed and communicated to others, whereas some innovations are difficult to observe or describe to others*. Bahwa kekhasan inovasi yang keempat adalah bahwa inovasi yang bersifat nyata dan berwujud membuat inovasi tersebut dapat diamati oleh masyarakat. Semakin nyata, semakin mudah bagi masyarakat untuk melihat inovasi tersebut.

4) Ragam Inovasi

a. Inovasi Program

Inovasi menyangkut program, berkaitan dengan inovasi yang bersifat abstrak. Termasuk di antaranya adalah kebijakan, keputusan, konsep baru, rumusan hasil kajian dan penelitian. Penerapan kurikulum atau program baru merupakan contoh inovasi kebijakan yang bersifat abstrak. Sebaliknya inovasi produk bersifat konkrit atau kebendaan. Inovasi program seringkali menghasilkan inovasi produk. Penerapan program paket terjemah bahasa Arab, paket bahasa Arab untuk turis, dll dengan konsep baru pada awalnya adalah kebijakan yang mengandung pendekatan teoritis. Pada pelaksanaannya, kurikulum tersebut diwujudkan dalam struktur proses belajar mengajar sesungguhnya sehingga menampilkan sebuah produk. Produk ini berupa tampilan buku kurikulum baru berikut petunjuk penerapannya serta buku-buku mata pelajaran yang diadaptasikan dengan pelaksanaan kurikulum baru tersebut.

b. Produk dan Teknologi

Inovasi produk adalah inovasi yang berwujud (*tangible*), konkrit, berbentuk suatu barang. Kemunculan inovasi produk seringkali dikaitkan dengan kemunculannya sebagai teknologi. Inovasi produk mudah diamati karena berwujud. Begitu pula reaksi khalayak ataupun pengguna. Sikap menerima, menghindar, atau menolak dapat terlihat dengan mudah. Jika masyarakat menerima, maka mereka cenderung akan menggunakannya secara terus menerus. Kehadiran “game, video, animasi berbahasa Arab, dll program yang berbasis IT mulai menjamur.

c. Inovasi Produk dan Inovasi Proses

Neely 1998 yang dikutip oleh Lery Wongsonegoro (Republika, 22 Oktober 2004), menyatakan bahwa ragam inovasi mencakup:¹⁵

1. Inovasi Produk (*Product Innovation*)

Inovasi ini terkait dengan produk dan jasa yang dihasilkan di mana sebelumnya keduanya tidak atau belum ditemukan namun dibutuhkan oleh masyarakat. Inovasi ini harus memiliki nilai sosial yang tinggi agar dapat diterima oleh masyarakat.

2. Inovasi Proses (*Process Innovation*)

Inovasi ini berkaitan dengan pengadopsian proses produksi, distribusi maupun metode yang lebih baik. Dalam dunia pendidikan, inovasi jenis ini terkait dengan

¹⁵ Prawiradilaga, Dewi Salma, *Wawasan Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group:2012: 221

penerapan konsep- konsep atau teori baru yang memiliki kemungkinan besar untuk diadopsi.

F. Ekonomi Kreatif

Kreatif identik dengan menggabungkan dua hal atau lebih sehingga mendatangkan kemanfaatan *plus*. Sebagai misal penyebutan “Es Goreng” akan semakin cepat mendatangkan pembeli, dibanding dengan es- es yang lain. Penggabungan kata yang bukan selazimnya, di mana es yang lazim adalah didinginkan tapi kini dengan teknologi *freezer* berbentuk wajan, pembeli karena “penasaran” menjadikan jualan semakain laris manis. Contoh lain adalah “Rawon Pincuk” di mana dahulu makanan berkuah selalu bermedia mangkok atau piring keramik, akan tetapi kini rawon disajikan dengan piring kertas yang dilipat berbentuk kerucut (pincuk). Meskipun tempatnya mewah yang mengidentifikasikan melangitnya harga, akan tetapi juga masih menyedot pelanggan. Inilah makna kreatif dalam mendatangkan keuntungan.

John Howkin pertama kali memperkenalkan istilah “ekonomi kreatif” Bahwa ekonomi kreatif adalah “*the creation of value as a result of idea*”¹⁶. Ekonomi kreatif menandai lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas. Babak ini muncul setelah pada tahun 1997 Amerika Serikat menghasilkan produk- produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) senilai 414 miliar dolar. Hak kekayaan intelektual menjadi barang ekspor nomor satu di Amerika Serikat. Dalam cetak biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015: disebutkan bahwa “Ekonomi Kreatif” adalah: "Era baru ekonomi setelah ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi, yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.

Karakteristik Ekonomi Kreatif adalah:

- Diperlukan kolaborasi antara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif, yaitu cendekiawan (kaum intelektual), dunia usaha, dan pemerintah yang merupakan prasyarat mendasar.
- Berbasis pada ide atau gagasan.
- Pengembangan tidak terbatas dalam berbagai bidang usaha.
- Konsep yang dibangun bersifat relatif.

¹⁶. Howkins, John (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.

Gagasan- gagasan kreatif dalam tindakan ekonomi adalah usaha individu atau kelompok untuk bisa menacapai kemandirian dan kesejahteraan. Usaha mencapai kemandirian dapat dilakukan dengan kegiatan ekonomi kreatif. Caranya dengan melalui inovasi dengan memanfaatkan sumberdaya yang tersedia dan atau memodifikasinya menjadi lebih berguna dan bermanfaat.

Adapun ekonomi kreatif yang dimunculkan oleh bahasa Arab sebagai sarana inovasi, adalah beberapa program, jasa atau produk yang berbasis bahasa Arab, diantaranya adalah beberapa hal berikut ini:

1) Bahasa Arab untuk Perbankan “*Al ‘Arobiyyah li al Mashraf*”

Seiring dengan tuntutan zaman, kemajuan langkah beberapa perguruan tinggi di Indonesia menjadi “*World Class University*”, memberikan dampak tidak saja para pelaku akademik di wilayah internal kampus, akan tetapi juga memberi efek secara tidak langsung pada infra struktur yang mendukungnya. Diantaranya adalah lembaga keuangan/ bank. Betapa tidak, nasabah dari sejumlah mahasiswa asing yang berasal dari Rusia, Libia, Sudan, dll. Di antara mereka ada yang tidak mengenal bahasa kecuali hanya bahasa Arab. Dengan berpijak pada kebutuhan riil di lapangan yakni kebutuhan staf yang memiliki kemampuan berbahasa Arab, sehingga dalam waktu dekat BNI 46 Malang akan menggelar pelatihan *interpreneur* sebagai wahana menciptakan ekonomi kreatif untuk mahasiswa berlatar belakang bahasa Arab di bidang perbankan.¹⁷ Langkah BNI bisa jadi akan diikuti oleh bank- bank yang lain di kota Malang atau bahkan di Indonesia mengingat kegiatan perbankan adalah masalah yang vital dalam kehidupan.

2) Bahasa Arab untuk Pariwisata “*Al ‘Arobiyyah li al Siyaahah*”

Indonesia kini telah membuka pintu bagi wisatawan asing dari Timur Tengah dan negara lainnya seperti India dan China. Karena itu, saat ini diperlukan banyak pemandu wisata yang bisa menguasai bahasa Arab atau Mandarin guna mendampingi para wisatawan tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan pemandu wisata dan pengembangan kebudayaan pariwisata, Menteri Kebudayaan dan Pariwisata (yang saat itu dijabat oleh Jero Wacik) dan Ketua Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah Din Sjamsuddin di Jakarta, Kamis 30 November 2006 menandatangani nota kesepahaman. Depbudpar bersama PP Muhammadiyah akan

¹⁷. Wawancara dengan Ketua Jurusan PBA Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Tanggal 3 Oktober 2015

bekerja sama menyosialisasikan pariwisata melalui lembaga pendidikan yang dimiliki Muhammadiyah, seperti perintisan kursus-kursus pemandu wisata. Depbudpar juga akan membantu mencarikan tempat kerja bagi para pemandu wisata, serta mendirikan Akademi Pariwisata, bahkan termasuk mengirim calon tenaga pemandu ke Timur Tengah untuk belajar lebih lanjut sehingga dapat memahami kebutuhan wisatawan dari Timur Tengah¹⁸. Program pilihan ini dipasarkan di jurusan Bahasa dan Sastra Arab Fakultas Humaniora Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang sejak tahun 2004. Dan selama ini diantara alumninya di rekrut Departemen Pariwisata Jatim.¹⁹(www.hariankompas.com). Beberapa diantara alumni sudah secara mandiri memiliki travel agent dengan turis- turis yang berbahasa pengantar bahasa Arab.²⁰

3) Bahasa Arab untuk Percetakan “*Al ‘Arobiyyah li al Thibaa’ah*”

Tidak sedikit dari akifitas manusia yang membutuhkan jasa percetakan. Baik untuk kepentingan individu ataupun kelompok/ organisasi, yang berurusan dengan pendidikan, sosial/ budaya, agama, dll. Percetakan dapat menggunakan beberapa macam media dan wujud produk. Baik kertas, kain, stiker, banner bahkan percetakan yang berbasis keramik. Penulisan nama acara dalam undangan dengan disertai istilahnya dalam bahasa Arab, akan meningkatkan status dari pengundang, misalnya selamatan hitan dengan “*walimatul khitan*”, nikah dengan istilah “*walimatul urs*”, dll. Pembuatan kartu ucapan “lebaran” dalam Islam akan lebih “keren” dan bernilai beda jika di-embel- embeli dengan lafadz Arab “*minal ‘aa-idii wal faa-izin aqabbalallaahu minna wa minkum*” belum lagi jika ada orang mengadakan selamatan kirim doa untuk peringatan 7, 40, atau 1000 hari, dengan mencetak tahlil, surat yasin yang disertai nama dan foto dari yang dikirim doa. Souvenir keramik dengan aneka *lafadz Arab* yang dicetak baik berupa gelas, cangkir dll banyak menjadi alternatif di beberapa pesta pernikahan ataupun ulang tahun. Mahasiswa/ atau santri yang menggunakan jaket yang bersablon atau bordir tulisa- tulisan berbahasa Arab, baik yang mengidentikkan nama kelompok, motto hidup atau sekedar nama akan memberikan karakter yang berbeda bagi pemakainya.

¹⁸. Pariwisata 2006.

¹⁹. www.hariankompas.com 2002

²⁰. Machmudah, Umi. Wawancara dengan alumni BSA Fakultas Humaniora dan Budaya UIN Maulana Malik Ibrahim Malang: Dedi Mizwar Agustus 2015 pemilik travel agent yang berdomisili di Bali.

Belum lagi karya- karya produk penelitian yang menggunakan pendekatan R&D berupa modul, buku ajar, LKS, dan beberapa media pembelajaran seperti permainan domino, ular tangga, dll yang ditulis dengan bahasa Arab. Produk- produk inovasi ini disamping memfasilitasi proses pembelajaran juga berdampak pada nilai ekonomi.²¹

4) Bahasa Arab untuk Haji “*Al ‘Arobiyyah li al Hajj*”

Di Indonesia KBIH-KBIH tumbuh subur bak jamur di pagi hari. Terlepas dari kepentingan bisnis, masing-masing menawarkan program-program demi peningkatan keselamatan dan kesejahteraan dan kesempurnaan ibadah haji para calon haji. Diantaranya dengan menambah materi ”percakapan bahasa Arab” bagi CJH. Mahasiswa PKLI di jurusan Bahasa dan Sastra Arab Fakultas Humaniora dan Budaya Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang sejak tahun 2006 turut mensosialisasikan program *al ‘arobiyyah li al hajj*.²²

5) Bahasa Arab untuk Pekerja/ TKI “*Al ‘Arobiyyah li al Ummal*”

Bonus TKI yang disandera, dihukum pancung, dihukum seumur hidup, dan lain- lain, merupakan buntut dari rumitnya persoalan ketenagakerjaan yang berkembang di Indonesia, yang tidak bisa diselesaikan dari satu sisi saja, tetapi harus dari berbagai aspek, seperti aspek sosiologi, ekonomi, dan politik. Selama ini, perdebatan mengenai permasalahan TKI berputar pada masalah keterampilan, regulasi, dan persoalan administratif saja.

Persoalan buruh migran sangat kompleks karena (menyangkut) peran pemerintah dalam membuat perlindungan. Seandainya mekanisme perlindungan yang dibuat negara kepada masyarakat, terutama buruh migran, lebih berorientasi pada perlindungan, maka persoalan buruh migran akan teratasi. Persoalan timbul sejak pemberangkatan, saat pulang pun sarat dengan persoalan. Persoalan yang paling mendasar mengapa masyarakat di wilayah pedesaan atau daerah terpencil beremigrasi, tidak lepas dari ketidakmampuan negara menjalankan fungsinya untuk mewujudkan kesejahteraan. Dalam setiap survai atau penelitian yang dilakukan oleh FOBMI, persoalan yang dihadapi adalah persoalan ekonomi dan tidak bisa melanjutkan pendidikan. Sementara pemerintah membuat mekanisme yang ruwet.

²¹. Beberapa karya skripsi, tesis maupun disertasi mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang diantaranya merupakan bimbingan penulis selama dekade terakhir.

²². Machmudah, Umi. 2005. *Program Pilihan Alternatif di Jurusan Bahasa dan Sastra Arab Fakultas Humaniora dan Budaya UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Laporan Penelitian tidak diterbitkan.

Mereka memberikan peran penuh kepada pihak luar, dalam hal ini swasta, untuk melakukan perekrutan dan penempatan. Pemerintah (berada) di luar sistem itu dan hanya sebagai pengawas atau monitoring saja. Saat ada persoalan menimpa buruh migran dan meminta bantuan kepada agen, terjadi lempar tanggung jawab. Agen menyalahkan dengan alasan tidak mampu bekerja. Tatkala di bawa ke kedutaan, mereka mengaku hanya mengawasi saja karena segala prosesnya ada pada agen.

Untuk siap bekerja di luar negeri, seorang calon buruh migran itu harus punya keterampilan. Walaupun sebagai pekerja rumah tangga atau penata laksana rumah tangga, ia harus mengetahui kondisi negara yang dituju, bagaimana kebudayaan dan bahasanya. Pembekalan keterampilan bahasa asing sesuai negara yang dituju sangat penting, karena menjadi alat komunikasi dengan majikan. Sumber masalah antara TKI dan majikan beserta keluarganya bisa diantisipasi dengan bahasa. Karena persoalan TKI bukan saja persoalan mental, akan tetapi suasana kerja yang tidak harmonis yang dikarenakan kesulitan komunikasi, di samping minimnya keahlian.²³

Beberapa lapangan kerja di sektor formal di emirat Dubai: menggunakan bahasa Inggris dalam kegiatan bisnis sehari-hari, namun demikian pencari kerja yang memiliki kemampuan bahasa tambahan seperti bahasa Arab, Hindi atau Urdu akan lebih diutamakan.²⁴ Jurusan Bahasa dan Sastra Arab Fakultas Humaniora dan Budaya UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sejak tahun 2004 memasarkan program pilihan *al 'arobiyyah li al 'amal* yang praktek kerja lapangannya di BLK untuk mengajar para calon TKI yang akan di berangkatkan ke negara-negara Timur Tengah.²⁵

6) Bahasa Arab untuk Tarjamah “*Al 'Arobiyyah li al Tarjamah*”

Di samping untuk terjemah buku-buku dari bahasa arab ke Indonesia atau sebaliknya, maka aktifitas terjemah dibutuhkan juga untuk pemberitaan (tarjamah fauriyah) misalnya di Kedutaan Besar, kedutaan luar negeri, di TV atau media elektronik lainnya seperti periklanan untuk produk-produk dagang dan lain-lain. Aktifitas tarjamah bisa dilakukan di dalam atau luar ruangan, dengan waktu yang terikat ataupun bebas, sehingga keberadaannya bisa dijadikan usaha pokok ataupun

²³. Jawa Pos. 2008:2

²⁴. a@deplu.go.id

²⁵. Machmudah, Umi. 2005. *Program Pilihan Alternatif di Jurusan Bahasa dan Sastra Arab Fakultas Humaniora dan Budaya UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Laporan Penelitian tidak diterbitkan.

usaha sampingan. Banyak penerbit yang juga memfokuskan usahanya pada penterjemahan kitab-kitab berbahasa Arab ke bahasa Indonesia. Program pilihan ini ditawarkan di Jurusan Bahasa dan Sastra Arab UIN Malang sejak tahun 2004²⁶ yang mana tiap tahunnya selalu me-launching produk terjemahnya. .

7) Bahasa Arab untuk Diplomasi “Al ‘Arobiyyah lil Waafidiin”

Pada ahir tahun 2014, penulis mendapat kepercayaan dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Agama Islam Departemen Agama Islam Pusat dalam rangka tugas *Post Doctoral Fellowship Program For Islamic Higher Education (POSFI)* Tugas tersebut mengandung misi diplomasi sebagai dosen bahasa Arab untuk mensosialisasikan bagaimana budaya Indonesia dan khususnya Islam Nusantara selain mengajar bahasa Indonesia di dua Perguruan Tinggi ternama di Tunisia yaitu Sousse dan Manouba, selama dua bulan (pertengahan Oktober 2014 s/d pertengahan Desember 2014). Program ini mengilhami lahirnya bahasa Arab untuk diplomat “*al ‘arobiyyah li al wafidiin*”²⁷.

Diantara spesifikasi materi “*al ‘arobiyyah li al wafidiin*” ini adalah materi budaya sebanyak 6 SKS, sebagaimana yang diterapkan King Saud University Saudi Arabia untuk para mahasiswa Jurusan Bahasa dan Budaya²⁸.

8) Bahasa Arab berbasis IT (Al ‘Arobiyah At Tiknuluujyyah)

Produk penelitian mahasiswa baik yang sarjana, magister maupun doktor dari jurusan Bahasa Arab UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, berupa media yang berbasis IT yang dapat diaplikasikan dalam dunia pembelajaran bahasa Arab, diantaranya mindmap dengan berbagai fasilitas, video interaktif, animasi, powerpoint, flip book, dll. Produk- produk ini selain memperkaya hazanah dunia pendidikan khususnya dunia pembelajaran di bidang bahasa Arab, juga memberikan dampak perekonomian pada dunia IT

DAFTAR PUSTAKA

a@deplu.go.id

Arsyad, A. 2007. *Bahasa Arab dan Metode Pengajarannya*, Yogyakarta. Pustaka Pelajar

²⁶ . Machmudah, Umi. 2005. *Program Pilihan Alternatif di Jurusan Bahasa dan Sastra Arab Fakultas Humaniora dan Budaya UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Laporan Penelitian tidak diterbitkan.

²⁷ . Machmudah, Umi. 2014. Laporan POSFI. Jakarta: Dirjen DIKTIS Depag

²⁸ . Hamid, Abdul. 2011. *Ta'lim ALLughah Al 'Arobiyyah Li Al Thullab Al Waafidiin Fi Jaami 'ah Al Malik Sauud bi Al Riyadh Al Mamlakah Al 'Arobiyah Al Sa 'udiyah*. Lingua: Vol 6 No 3 Desember 2011. ISSN 1693- 4725

- Dulay, Burt dan Stephen D. Krashen. 1982. *Language Two*. Oxford University Press
- Ghazali Said, Imam. 2005. *Bahasa dan Sastra Arab Sebagai Basis Kemandirian (Belajar dari Pengalaman)*. Malang: Jurusan Sastra Fakultas Sastra. Universitas Negeri Malang.
- Hamid, Abdul. 2011. *Ta'lim AlLughah Al 'Arobiyyah Li Al Thullab Al Waafidiin Fi Jaami'ah Al Malik Sauud bi Al Riyadh Al Mamlakah Al'Arobiyah Al Sa'udiyah*. Lingua: Vol 6 No 3 Desember 2011. ISSN 1693- 4725
- Jawa Pos. 2008:2
- Machmudah, Umi. 2005. *Program Pilihan Alternatif di Jurusan Bahasa dan Sastra Arab Fakultas Humaniora dan Budaya UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Laporan Penelitian tidak diterbitkan.
- Machmudah, Umi. 2014. *Laporan POSFI Arabic Countries*. Jakarta: Dirjen DIKTIS Depag RI
- Machmudah, Umi. 2015. *Wawancara dengan alumni BSA Fakultas Humaniora dan Budaya UIN Maulana Malik Ibrahim Malang: Dedi Mizwar Agustus 2015 pemilik travel agent yang berdomisili di Bali*.
- Machmudah, Umi. 2015. *Wawancara dengan Ketua Jurusan PBA Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Tanggal 3 Oktober 2015
- Pariwisata 2006.
- Prawiradilaga, Dewi Salma, *Wawasan Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Saryono, Djoko. 1991. *Beberapa Teori Pemerolehan Bahasa*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan IKIP Malang Proyek Operasi dan Perawatan Fasilitas
- Shahid, Yusuf. 2007. *From Creativity to Innovation*. Policy Research Working Paper 4262, June, Development Research Group, Washington, D.C.: World Bank
- Sholeh, UG. 2005. *Keluar dari Belenggu Kembali Pada Diri Sendiri*. Jurusan Sastra Fakultas Sastra. Universitas Negeri Malang
- Tulus T.H. Tambunan. Policy Paper, No 15. Maret 2013. *Advancing Indonesia s Civil Society in Trade and Investment Climate (ACTIVE) Programme-* Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015: Peluang dan Tantangan bagi UMKM Indonesia. KADIN Indonesia- European Union: 1-14
- Wahab, Muhib Abdul. *Tantangan dan Prospek Pendidikan Bahasa Arab di Indonesia*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

www.hariankompas.com 2002

www.mc.uky.edu/icis/documents/idtf-pdf

*Dosen Bahasa Arab Jurusan Pendidikan Bahasa Arab (PBA) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK)
Universitas Islam Negeri ((UIN) Mauana Malik Ibrahim Malang