

**STRATEGI *FUNDRAISING* DALAM MENCAPAI TARGET
PELAKSANAAN PROGRAM-PROGRAM PEDULI UMAT
DI YAYASAN SOLO PEDULI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Program Studi Manajemen Dakwah
Jurusan Dakwah dan Komunikasi
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial



Oleh :

COIROMI AKSHAH

NIM.18.12.3.1.024

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS USHULUDIN DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Coiromi Akshah
Nim : 18.12.31.024
Tempat, Tanggal Lahir : Klaten, 27 Desember 2000
Prodi : Manajemen Dakwah
Jurusan : Dakwah dan Komunikasi
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah
Alamat : Winong 03/08, Krakitan, Bayat, Klaten
Judul Skripsi : Strategi *Fundraising* Dalam Mencapai Target Pelaksanaan Progra-Program Peduli Umat Di Yayasan Solo Peduli

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul “Strategi *Fundraising* Dalam Mencapai Target Pelaksanaan Program-Program Peduli Umat Di Yayasan Solo Peduli”. Benar-benar bukan hasil dari plagiasi dan belum pernah diteliti oleh peneliti lain sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 21 Desember 2022

Penulis,



Coiromi Akshah

Ade Yuliar, S.E., M.M.

DOSEN FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Sdri. Coiromi Akshah

Kepada Yth
Dekan Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap proposal saudara:

Nama : Coiromi Akshah

NIM : 181231024

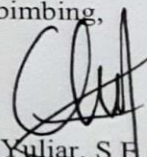
Judul : Strategi *Fundraising* Dalam Mencapai Target Pelaksanaan
Program-Program Peduli Umat Di Solo Peduli

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos) dalam bidang Ilmu Manajemen Dakwah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 21 Desember 2022

Pembimbing,



Ade Yuliar, S.E., M.M.

NIP.19860721201801 1 001

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI *FUNDRAISING* DALAM MENCAPAI TARGET
PELAKSANAAN PROGRAM-PROGRAM PEDULI UMAT
DI YAYASAN SOLO PEDULI

Disusun Oleh :
Coiromi Akshah
NIM. 18. 12.3.1.024

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Pada Hari Kamis, 3 November 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial

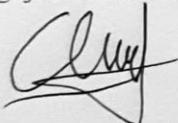
Surakarta, 21 Desember 2022

Penguji Utama



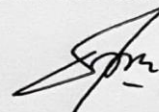
Akhmad Anwar Dani, S.Sos.I, M.Sos.I.
NIP. 19850926 201503 1 003

Penguji I/ Ketua Sidang



Ade Yuliar, S.E., M.M.
NIP. 19860721 201801 1 001

Penguji II / Sekretaris Sidang



Fathurrohman Husen, M.S.I.
NIP. 19910225201903 1 020

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



M. Ag.

NIP. 19730522 200312 1 001

MOTTO

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk menjadi hebat”

(Zig Ziglar)

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, beserta junjungan kita Nabi Muhammad SAW dan dengan ketulusan dari hati saya, saya persembahkan skripsi ini sebagai bentuk takdzim, rasa hormat, dan rasa kasih kepada:

Skripsi ini seluruhnya saya persembahkan kepada kedua orang yang terkasih dan tercinta dalam hidup saya, yaitu kedua orang tua saya Bapak Mujiono dan Ibu Juniah. Mereka berdualah yang selalu mendukung serta mendoakan saya sehingga saya bisa sampai pada titik ini, titik dimana telah selesai sudah skripsi saya. Terimakasih atas seluruh usaha dan doa yang telah dipanjatkan untuk saya. Juga penulis sampaikan kepada adik tersayang, Mutia Julianti yang turut mendukung penulis.

Saya ucapkan juga terimakasih kepada teman-teman, khususnya jurusan Manajemen Dakwah MHU dan teman serta sahabat saya di luar sana yang juga selalu mendukung saya di saat saya ada dalam masa-masa sulit. Skripsi ini juga tentunya saya persembahkan untuk almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Surakarta yang telah berjasa karena telah memberikan kesempatan kepada saya untuk belajar banyak hal dan membimbing saya agar dapat meraih cita-cita.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ Strategi Fundraising Dalam Mencapai Target Pelaksanaan Program-Program Peduli Umat Di Yayasan Solo Peduli”. Tak lupa shalawat serta salam penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliah ke zaman Islamiyah. Skripsi ini penulis susun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata I (SI) Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak yang telah ikut memberikan pikiran, waktu dan tenaganya untuk penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan hati yang tulus, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan untuk merasakan nikmat dalam mencari ilmu hingga lulus di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Dr. Islah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

4. Dr. H. Agus Wahyu Triatmo, M.Ag., selaku Kepala Jurusan Dakwah dan Komunikasi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
5. Akhmad Anwar Dhani, S.Sos.I., M.Sos.I. selaku Koordinator Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
6. Drs. H. Juhdi Amin, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
7. Ade Yuliar, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Akhmad Anwar Dhani, S.Sos.I., M.Sos.I selaku penguji utama dan Fathurrohman Husen, M.S.I selaku sekretaris sidang yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Biro Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah atas bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi.
10. Bapak dan Ibu Dosen di lingkungan Program Studi Manajemen Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
11. Pihak-pihak Yayasan Solo Peduli, terutama Bapak Harjito, Bapak Sumarno, Bapak Warsito, dan Ibu Khikmiyati yang telah bersedia membagikan informasi dan pengalaman kepada penulis guna menyusun skripsi.
12. Ibu dan Bapak saya, terimakasih atas usaha, doa, dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya.

13. Sahabatku Nupita, Devi, Ana, Mega, serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa untuk penulis.
14. Teman-teman di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, khususnya teman-teman Manajemen Dakwah 2018.
15. Yang terakhir, saya ucapkan terimakasih yang sangat besar kepada diri saya sendiri karena mau dan terus maju, tidak menyerah sampai saat ini.

Kepada semuanya, tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta rasa syukur kepada Allah SWT semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan kepada semuanya, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 21 Desember 2022



Coiromi Akshah

ABSTRAK

Coiroi Akshah (181231024), “Strategi *Fundraising* Dalam Mencapai Target Pelaksanaan Program-Program Peduli Umat Di Yayasan Solo Peduli”, Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022.

Fundraising atau penggalangan dana merupakan suatu cara yang biasanya dilakukan oleh lembaga-lembaga sosial. Penggalangan dana sangatlah penting dalam lembaga sosial karena kegiatan dalam lembaga sosial adalah berkaitan dengan kemanusiaan dimana membutuhkan dana dari donatur untuk disalurkan kepada masyarakat dhuafa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *fundraising* apa saja yang dilakukan Yayasan Solo Peduli agar program-program kemanusiaan mereka dapat berjalan.

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian lapangan dengan mengambil lokasi penelitian di Yayasan Solo Peduli dan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan observasi. Informan dalam penelitian ini yaitu direktur serta manajer divisi *fundraising*, Manajer pendayagunaan, dan duta peduli.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi *fundraising* di Yayasan Solo Peduli dilakukan secara *online* dan *offline*. Strategi *fundraising online* dilakukan melalui metode digital sehingga mempermudah donatur dalam berdonasi dan juga melalui transfer via *ATM/Mobile Banking*. Sedangkan *fundraising* secara *offline* dilakukan dengan penjemputan dana langsung kepada donatur, ikut serta dalam seminar, pengajian, dan kegiatan lainnya yang melibatkan orang banyak. Dalam *fundraising offline* yang menjadi kekuatan utama yaitu penjemputan dana secara langsung yang dibantu oleh duta peduli. Disamping itu masih ada beberapa kendala yang dihadapi dalam menjalankan penggalangan dana yaitu mengenai komitmen eksekusi dimana *fundraiser* harus istiqomah dalam menggalang dana, mengatasi penolakan atas masyarakat yang belum mau berdonasi, *selling* (menjual/menyampaikan informasi), dan digitalisasi yang masih menjadi tantangan tersendiri.

Kata Kunci: Strategi Fundraising, Target, Program.

ABSTRACT

Coironi Akshah (181231024), “Fundraising Strategy in Achieving the Target of Implementation of Community Care Programs at the Solo Peduli Foundation”, Da'wah Management Study Program, Faculty of Ushuluddin and Da'wah, Raden Mas Said State Islamic University Surakarta, 2022.

Fundraising or fundraising is a way that is usually done by social institutions. Fundraising is very important in social institutions because activities in social institutions are related to humanity which requires funds from donors to be distributed to the poor. This study aims to find out what fundraising strategies are used by the Solo Peduli Foundation so that their humanitarian programs can run.

The type of research conducted by the author is field research by taking the research location at the Solo Cares Foundation and using a qualitative descriptive approach. Data collection methods are by interview and observation. Informants in this study are directors and managers of fundraising divisions, utilization managers, and care ambassadors.

The research results show that The fundraising strategy at the Solo Peduli Foundation is carried out online and offline. The online fundraising strategy is carried out through digital methods to make it easier for donors to donate and also transfer via ATM/Mobile Banking. While offline fundraising is carried out by picking up funds directly from donors, participating in seminars, recitations, and other activities that involve many people. In offline fundraising, the main strength is the direct collection of funds assisted by caring ambassadors. Besides that, there are still a number of obstacles encountered in carrying out fundraising, namely regarding execution commitments where the fundraiser must be consistent in raising funds, overcoming rejection of people who do not want to donate, selling (selling/conveying information), and digitalization which is still a challenge in itself.

Keywords: Fundraising Strategy, Target, Program

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Masalah.....	1
Rumusan Masalah.....	8
Tujuan Penelitian	9
Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Manajemen.....	10
2. Strategi	12
3. Penghimpunan Dana (<i>Fundraising</i>)	14
4. Zakat	18
5. Infaq.....	21

6. Shadaqah.....	22
7. Lembaga Amil Zakat (Laz).....	22
B. Hasil Penelitian Sebelumnya	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
1. Obyek dan Lokasi Penelitian	41
2. Teknik Sampling	41
B. Sumber Data	42
1. Data Primer	42
2. Data Sekunder	43
C. Teknik Pengumpulan Data	44
1. Wawancara.....	44
2. Observasi	44
D. Teknik Keabsahan Data	45
1. Uji Kredibilitas	45
2. Uji Transferabilitas	45
3. Uji Dependabilitas	46
4. Uji Konfirmabilitas.....	46
E. Teknik Analisis Data.....	46
1. Reduksi Data	47
2. Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	47
3. Kesimpulan dan Verifikasi.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Penelitian.....	49
1. Profil Yayasan Solo Peduli	49
2. Legalitas Yayasan Solo Peduli...xi.....	50

3. Visi dan Misi Yayasan Solo Peduli	51
4. Struktur Organisasi	52
5. Program-program Kerja di Solo Peduli	53
B. Pembahasan Hasil Analisis Data	58
1. Strategi <i>Fundraising</i> di Yayasan Solo Peduli	58
2. Kendala dalam <i>Fundraising</i>	75
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran-saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4.1 Program Pendidikan	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Trend Penghimpunan Dana.....	7
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	52
Gambar 4.2 Proporsi Penghimpunan Program-program.....	73
Gambar 4.3 Komparasi Penghimpunan dan Penyaluran Dana.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	83
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	85
Lampiran 3 Dokumentasi Surat Ijin Penelitian	94
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara	95
Lampiran 5 Dokumentasi Observasi.....	96
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang dimana kemiskinan menjadi masalah besar yang harus dihadapi. Kemiskinan menyebar hampir ke seluruh negeri ini, karena kemiskinan tidak hanya ditemukan di pedesaan akan tetapi juga di perkotaan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), persentase penduduk miskin pada September 2020 sebesar 10,19% meningkat sebesar 0,97% atau sebanyak 2,76 juta orang terhitung dari September 2019. Persentase penduduk miskin perkotaan naik 0,50% (876,5 ribu orang) dan penduduk miskin pedesaan naik sebesar 0,38% (249,1 ribu orang) dari bulan Maret hingga September 2020 (BPS, 2021a).

Dilihat dari data kemiskinan yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik maka terlihat jelas bahwa angka kemiskinan kembali meningkat, setelah tiga tahun belakangan ini mengalami penurunan (BPS, 2021b). Hal ini tidak bisa dipungkiri bahwa datangnya virus Covid-19 diawal bulan Maret 2020 memberikan pengaruh besar terhadap naiknya angka kemiskinan di Indonesia. Datangnya Covid-19 memang sangat berdampak pada perekonomian masyarakat. Kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah membuat masyarakat sangat terbatas dalam melakukan kegiatan ekonomi. Maka dari itu wajar bila kemiskinan kembali meningkat, bahkan

bukan hanya Indonesia saja yang mengalami hal ini, akan tetapi juga negara-negara lain yang terserang Covid-19.

Seiring dengan kompleksnya faktor penyebab dari kemiskinan, maka perlu dipahami bahwa sekarang ini kemiskinan tidaklah semata-mata hanya bisa diukur dari segi ekonominya saja, melainkan bisa dilihat dari segi sosial, kesehatan, pendidikan, bahkan politik (Hanun, 2018). Berawal dari penghasilan yang rendah, membuat masyarakat kesulitan untuk membiayai pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan lainnya. Hal ini memberikan dampak buruk kepada kualitas sumberdaya manusianya, dimana mereka menjadi lemah dan kurang produktif. Faktor alam yaitu bencana yang menjadi langganan setiap tahunnya juga ikut memberikan pengaruh terhadap angka kemiskinan.

Kesenjangan ekonomi memberikan masalah lain seperti pengangguran meningkat sehingga penduduk miskin terus bertambah, tingkat kejahatan meningkat, serta kemampuan daya beli masyarakat manurun (Huda, 2015). Akibatnya yaitu muncullah berbagai lembaga zakat di Indonesia. Lembaga zakat sendiri sudah mulai berkembang sejak tahun 1990an hingga saat ini terus berkembang pesat (Kholis Nur, 2013). Lembaga pengelolaan zakat di Indonesia terdiri dari Badan Amil Zakat (Baznas), Lembaga Amil Zakat Nasional (Laznas), Lembaga Amil Zakat (Laz), Unit Pengumpul Zakat (UPZ), dan Badan Amil Zakat Daerah (Bazda) (Ernawati, 2018).

Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011, peran utama lembaga zakat adalah melakukan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat sesuai dengan ketentuan agama. Tokoh utama dalam suatu lembaga zakat atau sosial yaitu mereka yang lapang hatinya dan mau berbagi untuk sesama. Dalam Islam, seorang muslim harusnya tidak hanya menjalin hubungan ibadah dengan Allah saja (*hablu minallah*), akan tetapi juga harus memperhatikan hubungan antara manusia dengan manusia (*hablu minannas*). Allah berfirman dalam QS. An-Nisa ayat 36 yang artinya:

“Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun, dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapak, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, Ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.”

Dalam rangka membantu mengentaskan kemiskinan khususnya di Jawa Tengah, berdirilah Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dikenal dengan nama Yayasan Solo Peduli yang mana sudah berdiri sejak tahun 1999. Yayasan Solo Peduli hadir untuk memberikan solusi, memberikan bantuan dan perubahan untuk masyarakat kurang mampu. Yayasan Solo Peduli merupakan salah satu lembaga sosial milik masyarakat Soloraya, Maka dari itu Solo Peduli hadir untuk mengajak dan mendorong masyarakat agar peduli dan saling membantu kepada sesama terutama kaum dhuafa. Memiliki Visi agar

menjadi contoh lembaga sosial dalam memberdayakan dan memandirikan umat, Solo Peduli juga bertekad untuk menipiskan kesenjangan dengan membangun program-program yang bermanfaat dan solutif untuk masyarakat sejak lahir hingga meninggal dunia (Solopeduli, 2022)

Dana yang digunakan untuk melaksanakan program-program peduli umat di Solo Peduli diperoleh baik itu dari perorangan maupun lembaga atau organisasi. Dalam memperoleh dana tentunya diperlukan strategi dalam *fundraising* atau penggalangan dana. Strategi adalah metode atau rencana yang ditentukan untuk mendapatkan masa depan seperti yang diinginkan. Seperti pencapaian tujuan yang telah direncanakan serta solusi untuk mengatasi masalahnya (Sinambela, 2016) . Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi adalah kegiatan merencanakan, membuat kebijakan, tujuan, dan melakukan tindakan, serta melakukan pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dalam suatu program yang akan dilaksanakan agar kegiatan tersebut bisa berjalan sesuai harapan dan tercapai tujuannya.

Tujuan dari suatu penggalangan dana salah satunya yaitu agar dana yang diperoleh dapat untuk menjalankan program-program peduli umat dan tujuan bisa dicapai. Di Solo Peduli sendiri terdapat banyak program-program, mulai dari program pendidikan, kesehatan, sosial kemanusiaan, santunan umum, dakwah, dan pemberdayaan. Dari segi pendidikan ada program beasiswa tahfidz, SMK gratis, beasiswa kuliah, Orang Tua Asuh (OTA) untuk anak SD hingga SMA atau SMK, dan hibah sepeda untuk yatim dhuafa. Program

kesehatan di antaranya ada klinik Solopeduli, santunan kesehatan, dan dompet peduli kesehatan. Program sosial kemanusiaan ada peduli bencana, ambulan gratis, mobil layanan umat, berbagi air bersih, cinta alam, dan peduli difabel. Untuk program santunan umum ada kado cinta yatim, paket keluarga bahagia, peduli mualaf, dan super sedekah. Dari program dakwah ada peduli guru ngaji, sedekah Al-Qur'an, benah rumah ibadah, akikah peduli, fidyah, qurban, dan ramadhan. Dan yang terakhir yaitu program pemberdayaan ada kampung berdaya dan pemberdayaan ekonomi (Solopeduli, 2022).

Fundraising adalah proses dalam suatu kegiatan dalam rangka untuk menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah yang berasal dari masyarakat, baik itu individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik (Kemenag, 2009). Dengan adanya penggalangan dana maka program-program kemanusiaan yang ada di Solo Peduli dapat terlaksana. Dana yang diperoleh dari orang yang berdonasi (*muzakki*) akan disalurkan kepada penerima zakat atau disebut *Mustahik*. Orang-orang yang masuk kedalam *mustahik* yaitu fakir, miskin, amil, mualaf, *riqab*, *fisabilillah*, dan *ibnu sabil*. Dalam penyalurannya, dana diwujudkan ke dalam program-program peduli umat yaitu meliputi bantuan pendidikan, kesehatan, ekonomi, dakwah, hingga bencana alam dan lainnya.

Dalam suatu organisasi atau lembaga sosial, masalah dana biasanya menjadi masalah utama karena hal inilah yang sangat mempengaruhi berjalan atau tidaknya lembaga sosial tersebut. Jadi bisa dikatakan bahwa lembaga

sosial tidak bisa berjalan tanpa uang. Setiap lembaga pasti sudah memiliki tujuan dan targetnya masing-masing. Oleh sebab itu setiap lembaga harus menciptakan inovasi-inovasi terbaru demi tercapainya target tersebut, karena tidak bisa dipungkiri bahwa sekarang ini semakin banyak lembaga atau organisasi sosial yang berdiri. Karena inilah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Yayasan Solo Peduli untuk mengetahui apa inovasi dalam penggalangan dana yang dilakukan Solo Peduli di tengah maraknya lembaga atau organisasi sosial.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Sumarno selaku manajer *fundraising offline*, strategi *fundraising* di Yayasan Solo Peduli dilakukan dengan dua cara yaitu secara *offline* atau bertemu langsung kepada para donatur dan juga dengan cara *online* yaitu mengandalkan media sosial sebagai media kampanye untuk penggalangan dana. Penggalangan dana secara *offline* atau bertemu langsung dengan calon donatur biasa dilakukan dengan cara datang ke instansi, sekolah, perusahaan dan lainnya. Selain itu pihak *fundraising* biasa ikut ke dalam seminar-seminar untuk mempengaruhi dan mengajak calon donatur agar mau berdonasi (Wawancara dengan Bapak Sumarno, 10 November 2021).

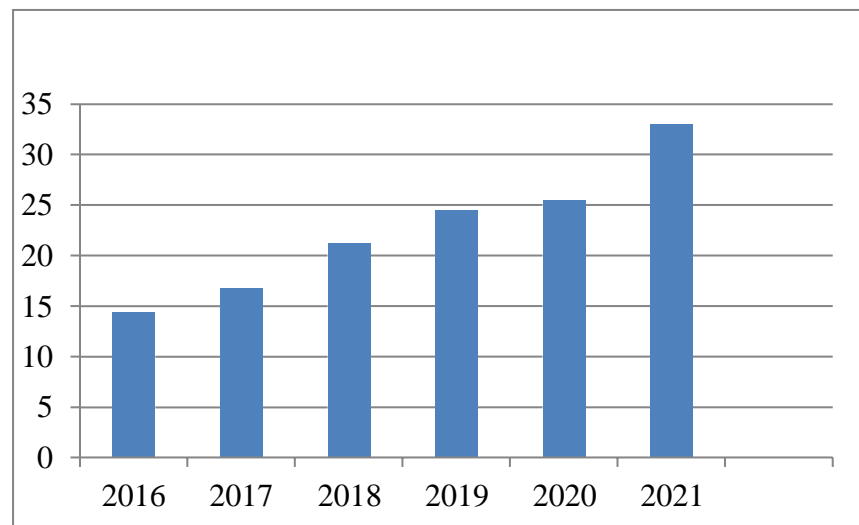
Strategi *Fundraising* di Yayasan Solo Peduli melalui zakat, infaq, sedekah, dan wakaf (Ziswaf) sangatlah efektif, karena Ziswaf bersifat fleksibel, berapapun jumlah hartanya dan dalam bentuk apapun harta tersebut didonasikan, donasi tersebut tetap sah dan tentunya sangat bermanfaat bagi

mereka yang membutuhkan (Wawancara dengan Bapak Warsito, 10 November 2021). Selain itu, teknologi yang sekarang ini semakin maju juga mempermudah dalam melakukan penggalangan dana, dimana donatur tidak perlu datang ke kantor, cukup berdonasi lewat rekening yang sudah disiapkan, fleksibel waktu dan tempatnya.

Penggalangan dana baik secara *offline* maupun *online* di Solo Peduli dengan menciptakan bentuk-bentuk strateginya terbukti efektif. Hal ini terbukti dengan terus meningkatnya penghimpunan dana dari tahun ketahun.

Gambar I.I

Trend Penghimpunan Solo Peduli Tahun 2016-2021 (dalam milyar)



Sumber: Annual Report, 2021

Kekuatan penggalangan dana secara *offline* di Yayasan Solo Peduli adalah dengan menjemput dana dari para donatur tetap. Jumlah donatur *offline* hingga saat ini yaitu berjumlah sekitar 26.000 orang, hal ini dikatakan oleh Bapak Sumarno selaku manajer *fundraising offline*. Yayasan Solo Peduli

memiliki cabang di setiap kabupaten yang tersebut di Solo raya. Maka dari itu setiap cabang mempunyai tanggung jawabnya masing-masing untuk melakukan jemput dana sesuai dengan tempat tinggal para donatur tetap. Selain itu Yayasan Solo Peduli juga mempunyai relawan, dimana satu relawan bertanggung jawab atas sepuluh donatur. Relawan bertugas untuk selalu mengingatkan donatur agar berdonasi disetiap bulannya dan menjemput dana secara *offline*.

Penggalangan dana baik secara *offline* maupun *online* tentunya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Setelah hadirnya Covid-19 penggalangan dana secara *offline* memang sedikit mengalami kendala karena terbatasnya kegiatan yang bisa dilakukan ketika pandemi. Akan tetapi kepedulian masyarakat juga meningkat karena keadaan ekonomi maupun kesehatan masyarakat juga memburuk. Hal ini menjadi kesempatan untuk masyarakat yang mampu untuk berbagi dan membantu masyarakat dhuafa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *fundraising* yang diterapkan di Yayasan Solo Peduli agar target program-program bisa tercapai?
2. Bagaimana kendala yang ada dalam pelaksanaan penggalangan dana di Yayasan Solo Peduli?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi *fundraising* yang diterapkan di Yayasan Solo Peduli.
2. Untuk mengetahui bagaimana kendala dalam menjalankan strategi *fundraising*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Lembaga

Dengan adanya hasil dari penelitian ini, diharapkan lembaga kedepannya mampu bersaing lebih kuat lagi.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian dapat menambah wawasan dan pedoman atau masukan bagi pihak-pihak yang memerlukan informasi mengenai manajemen strategi *fundraising* dalam mencapai target pelaksanaan program-program peduli umat di masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti

a) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 program studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuludin dan Dakwah IAIN Surakarta

b) Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai manajemen strategi *fundraising*.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Manajemen

a. Pengertian Manajemen

Secara etimologi, manajemen berasal dari bahasa Prancis kuno yaitu "*management*" yang artinya adalah seni yang ada dalam mengatur dan melaksanakan sesuatu. Manajemen adalah suatu proses yang dilakukan untuk mengatur kegiatan yang akan dilakukan oleh organisasi atau sekelompok orang dengan maksud agar tujuan organisasi dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya (Hasibuan, 2011).

Menurut James A.F. Stoer manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan terhadap usaha-usaha yang dilakukan oleh anggota organisasi dan penggunaan semua sumber organisasi lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Definisi ini mengandung arti bahwa manajemen merupakan suatu kesatuan yang dimulai dari perencanaan hingga sampai pada pengawasan terhadap penggunaan semua sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi (Sadikin, 2020) Dalam suatu organisasi atau perusahaan pasti mempunyai strateginya masing-masing untuk mencapai tujuan yang mereka buat, maka peran manajemen di sini sangatlah penting .

a. Fungsi-Fungsi Manajemen

Menurut Hery dalam bukunya *Pengantar Manajemen* mengemukakan bahwa fungsi manajemen terdiri dari *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling* (Hery, 2017).

1) *Planning* (Perencanaan)

Fungsi perencanaan yaitu mencakup proses:

a) Perumusan Sasaran

Dalam perencanaan ini, perusahaan menentukan siapa yang menjadi target sasaran kegiatan yang mereka lakukan.

b) Penyusunan rencana

Hal ini berguna untuk menyelaraskan dan mengkoordinir berbagai macam kegiatan yang ada di perusahaan mereka.

Dalam pelaksanaan perencanaan ini, para manajer ikut bertanggungjawab pula untuk menentukan apa yang perlu dikerjakan, lalu bagaimana cara mengerjakannya, siapa yang harus berpartisipasi dalam mengerjakan kegiatan tersebut, siapa melapor kepada siapa, dan pada tingkatan apa keputusan harus diambil.

2) *Organizing* (Pengorganisasian)

Fungsi pengorganisasian, yaitu membentuk struktur organisasi guna untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan pada proses perencanaan.

3) *Actuating* (Penggerakan)

Fungsi penggerakan disini dimaksudkan untuk para manajer yang bertanggung jawab agar bisa mengarahkan dan memotivasi seluruh pihak yang terlibat, dan diharapkan mampu menyelesaikan konflik-konflik yang muncul. Jadi fungsi manajer di sini sangat penting, yaitu agar bisa mempengaruhi bawahannya dengan memiliki komunikasi yang efektif sehingga konflik-konflik yang ada bisa terselesaikan dengan baik.

4) *Controlling* (Pengendalian)

Dalam suatu organisasi atau perusahaan pastinya diperlukan evaluasi guna untuk memastikan apakah segala sesuatunya telah berjalan sesuai rencana atau belum. Jadi, fungsi pengendalian di sini yaitu manajer memantau dan mengevaluasi kinerja, apakah ada masalah yang serius atau tidak dan lain sebagainya. Manajer juga berperan untuk mengoreksi dan melakukan perbaikan agar semuanya dapat berjalan seperti semula.

2. Strategi

Secara etimologi, strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos* yang artinya adalah jenderal. Kata strategi awal mulanya berasal dari peristiwa perang yaitu yang bermakna sebagai suatu cara untuk mengalahkan musuh (Juliansyah, 2017). Strategi adalah suatu cara atau metode yang dipakai oleh seseorang atau organisasi untuk mencapai tujuan mereka. Jadi strategi merupakan suatu cara dimana sebuah

organisasi atau lembaga mencapai tujuannya dengan memperhatikan peluang dan ancaman di lingkungan eksternal yang dihadapi serta bagaimana sumber daya dan kemampuannya dalam menghadapi masalah tersebut (Hermawan, 2020).

Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penentuan tujuan organisasi sesuai dengan kekuatan yang dimiliki organisasi tersebut, baik kekuatan eksternal maupun internal, perumusan kebijakan dan strategi untuk mencapai target sehingga strategi bisa berjalan tepat sesuai dengan tujuan-tujuan yang sudah ditentukan. Strategi dalam suatu manajemen atau organisasi diartikan sebagai cara atau taktik yang disusun secara sistematis dalam rangka untuk melaksanakan fungsi manajemen yang terarah pada suatu tujuan strategi organisasi yang telah ditentukan (Nawawi, 2000).

Perencanaan strategis dalam suatu organisasi nirlaba mempunyai unsure-unsur yang meliputi visi, misi, tujuan strategis, dan strategi utama (induk). Perencanaan strategis mempunyai suatu rangkaian proses, yaitu sebagai berikut:

- a. Memunculkan dan menyepakati suatu proses perencanaan strategis.
- b. Mengidentifikasi mandate organisasi.
- c. Memperjelas visi dan misi suatu organisasi.
- d. Mengidentifikasi lingkungan eksternal dan internal.
- e. Menghadapi isu atau masalah organisasi.

- f. Menemukan strategi untuk mengatasi isu-isu serta masalah.
- g. Menciptakan visi organisasi yang efektif bagi masa depan (Miftahudin, 2005).

Setiap lembaga atau organisasi memiliki cara masing-masing dalam menentukan strategi apa yang akan mereka terapkan dalam lembaga tersebut. Dalam menetapkan strategi, suatu lembaga atau organisasi harus melalui tahapan-tahapan sebagai berikut (Hermawan, 2020):

- a. Analisis kesenjangan (*gap analysis*)
- b. Matriks pemilihan strategi generik (*generic strategic matrix*)
- c. Matriks pertumbuhan (*boston consulting group/BCG matrix*)
- d. Matriks gaya tarik industri
- e. Analisa daur kehidupan produk (*product life cycle analysis*)

3. Penghimpunan Dana (*Fundraising*)

Menurut bahasa *Fundraising* yaitu penghimpunan dana atau penggalangan dana, sedangkan menurut istilah *fundraising* adalah suatu usaha atau proses kegiatan yang bertujuan untuk penggalangan dana baik itu dana zakat, infak dan sedekah yang bersumber dari masyarakat baik secara individu, kelompok, organisasi atau perusahaan dimana dana ini akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik (Kemenag, 2009). *Fundraising* merupakan sebuah proses yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat agar mau melakukan kegiatan amal baik itu

berupa dana atau yang lainnya untuk masyarakat yang membutuhkan (Rokhim, 2019).

Dari penjelasan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa *fundraising* adalah suatu cara yang bertujuan untuk mempengaruhi dan mengajak masyarakat agar mau menyisihkan dan mendonasikan sedikit hartanya, baik berupa barang ataupun uang untuk diberikan kepada masyarakat kurang mampu. Mempengaruhi di sini dapat juga berarti menyadarkan dan mengingatkan bahwa sebagian dari harta yang kita miliki ada hak untuk para dhuafa, sebagai rasa syukur maka kita seharusnya berbagi dengan sesama, karena manusia adalah makhluk sosial yang sudah semestinya saling membantu (Susilawati, 2018).

Makna *fundraising* sebagai proses mempengaruhi masyarakat yaitu memberikan gambaran mengenai proses kerja dan program-program peduli umat yang ada agar masyarakat tersentuh hati nuraninya sehingga mau berdonasi, baik itu melalui sumbangan dana zakat, infak, sedekah, atau wakaf (Susilawati, 2018) .

Penghimpunan dana bisa dilakukan dengan berbagai metode, di antaranya yaitu dengan cara *door to door* , antar jemput, membayar tunai atau juga bisa dengan transfer tunai melalui bank (Zaimah, 2017). Banyak *muzakki* yang ingin membayarkan zakatnya langsung kepada petugas amil, karena dengan begini *muzakki* merasa puas dan memastikan zakatnya sampai ke petugas dengan tepat. Maka dari itu

pembayaran zakat bisa dibayarkan langsung di kantor lembaga zakat atau lembaga-lembaga zakat yang dibuka di tempat publik.

Pada era digital seperti sekarang ini, teknologi sudah sangat maju. *muzakki* bisa lebih mudah dengan memanfaatkan teknologi yang canggih. Dengan kecanggihan teknologi, maka *muzakki* tidak perlu khawatir bagaimana mereka bisa membayarkan zakatnya, karena dengan teknologi, *muzakki* dimudahkan dari segi tempat dan waktunya. Dengan kemajuan teknologi ini, dibentuklah strategi *fundraising* berbasis digital. Model strategi *fundraising* ini di antaranya adalah E-zakat, yaitu dengan *online payment* atau *e-payment* dan aplikasi berbasis android, *website* dengan informasi *terupdate*, media sosial (*facebook, instagram, twitter*) dengan informasi *terupdate*, dan Kerjasama dengan *fintech, e-commerce* (Yuliar, 2021).

Menurut Juwaini, penggalangan dana bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu sebagai berikut (Juwaini, 2005):

1) *Fundraising* Langsung (*Direct Fundraising*)

Fundraising langsung adalah strategi penggalangan dana dengan melibatkan *muzakki* secara langsung. Strategi ini dilakukan dengan adanya interaksi langsung antara daya akomodasi dengan *muzakki*. Contoh strategi *fundraising* langsung yaitu *direct mail, direct advertising, telefundraising*, dan presentasi langsung.

2) *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*)

Strategi ini adalah strategi penggalangan dana dengan tidak melibatkan partisipasi *muzakki* secara langsung. Contoh strategi ini yaitu dengan melakukan promosi dengan tujuan untuk memberitahukan citra lembaga terlebih dahulu, tidak langsung mengajak berdonasi. Bentuk dari strategi ini yaitu *advertorial*, *image campaign*, dan penyelenggaraan *event*.

Menurut Hamid Abiddin, aspek dalam *fundraising* terdiri dari empat penerapan, yaitu sebagai berikut (Abidin, 2009) :

- a. Identifikasi Donatur, organisasi menentukan siapa yang akan menjadi target penggalangan dana dan bagaimana potensinya.
- b. Penggunaan metode *fundraising*, organisasi menentukan strategi apa yang tepat agar bisa menarik hati donatur.
- c. Pengelolaan dan Penjagaan donatur, hal ini bertujuan untuk meningkatkan dana yang dihimpun dan membantu donatur dalam berdonasi untuk program tertentu. Sedangkan penjagaan donatur biasanya dilakukan dengan cara melakukan kunjungan, selalu memberikan informasi, memberikan pelayanan yang baik, melibatkan donatur ketika ada kegiatan-kegiatan, memberikan hadiah, dan membantu menyelesaikan masalah mengenai donasi.

4. Zakat

Zakat berasal dari bahasa Arab, yaitu “*az-zakah*” yang memiliki makna “*an-namuww*” (tumbuh), “*az-ziyadah*” (bertambah), “*ath-thaharah*” (bersih), “*al-madh*” (pujian), “*al-barakah*” (berkah), dan “*ash-shulh*” (baik). Sedangkan zakat menurut istilah adalah jumlah dari harta yang Allah swt titipkan kepada kita yang wajib diberikan kepada *muzakki*. Zakat bermakna pertumbuhan yaitu maksudnya adalah dengan memberikan harta zakat kepada *mustahik* maka terjadilah sirkulasi uang di masyarakat yang berarti juga membantu pertumbuhan masyarakat dengan memberikan harta zakat tersebut (Prayitno, 2008).

a. Jenis Zakat

Secara umum, zakat terbagi menjadi dua yaitu zakat fitrah (*nafsh*) dan zakat mal (harta)

1) Zakat Fitrah (*nafsh*)

Zakat fitrah adalah zakat yang berfungsi untuk mensucikan jiwa dari kotoran-kotoran yang diperbuat oleh *muzakki* akibat pengaruh pergaulan yang buruk dan lainnya yang menyebabkan manusia itu menyimpang dari fitrahnya. Zakat fitrah wajib dikeluarkan pada bulan Ramadhan sebelum dilaksanakannya shalat id. Zakat fitrah untuk setiap orangnya yaitu satu sha’ (2,5 kg/3,5 liter) yang bersumber dari bahan pokok makanan yang bertujuan untuk membersihkan puasa dan memenuhi kebutuhan-

kebutuhan orang miskin yang kekurangan di hari raya (Aprizal, 2015).

2) Zakat Mal (harta)

Zakat mal adalah zakat yang dikeluarkan atas harta yang dimiliki oleh individu atau lembaga dengan syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang telah berlaku sesuai dengan hukum Islam yang telah ditentukan (Aprizal, 2015). Zakat mal dibedakan menjadi:

- a) Hewan ternak seperti sapi, kerbau, kambing, domba, unta, dan lainnya.
- b) Hasil pertanian, bisa berupa tanaman biji-bijian, umbi-umbian, sayur-sayuran. Nisabnya yaitu sebanyak 653 kg
- c) Emas dan perak
Nisab emas yaitu 93,6 gr dan nisab perak sebanyak 624 gr dengan kadar 2,5%.
- d) Hasil perniagaan
- e) Hasil tambang
- f) Barang temuan

b. Orang yang Berhak Menerima Zakat

Orang-orang yang berhak menerima zakat telah dijelaskan dalam QS. At-taubah ayat 60, di antaranya yaitu sebagai berikut:

1) Orang-orang Fakir dan Miskin

Fakir yaitu mereka yang tidak memiliki harta maupun pekerjaan yang tetap untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sedangkan miskin yaitu mereka yang mempunyai pekerjaan tetap akan tetapi masih belum bisa untuk mencukupi kebutuhan sehari-harinya (Khairina, 2019).

2) Amil zakat atau pengumpul zakat

Amil adalah orang-orang yang dikehendaki oleh pihak yang berwenang untuk melaksanakan berbagai tugas dan kegiatan yang berkaitan dengan zakat (Khairina, 2019).

3) Mualaf

Mualaf yaitu mereka yang baru masuk Islam dan diharapkan keimanannya bertambah terhadap Islam atau terhalangnya niat jahat kepada kaum muslimin serta bisa bermanfaat bagi kaum muslimin lainnya.

4) *Riqab* (Budak)

Budak yaitu mereka yang kehidupannya secara penuh dikuasai oleh majikannya.

5) *Gharim* (Orang yang Berhutang)

Gharim yaitu orang-orang yang mempunyai hutang (Soemitra, 2009).

6) *Fisabilillah* (berjuang di jalan Allah)

Fisabilillah adalah orang yang berjuang di jalan Allah dalam rangka melindungi dan memelihara agama serta menjaga kalimat tauhid.

7) *Ibnu Sabil*

Ibnu sabil yaitu mereka yang sedang ada dalam perjalanan yang jauh tapi tidak mempunyai bekal yang cukup untuk memenuhi kebutuhannya dalam perjalanan.

5. Infaq

Infaq secara bahasa berasal dari kata “anfaqa” yang berarti keluar, maknanya adalah mengeluarkan sesuatu harta kepentingan yang bertujuan untuk mendapatkan ridho Allah SWT (Hafidhuddin, 1998). Sedangkan menurut terminologi syariat, infaq yaitu mengeluarkan sebagian harta atau penghasilan untuk melaksanakan apa yang di perintahkan di dalam agama Islam. Jika di dalam zakat ada nisabnya, maka di infaq tidak ada nisabnya.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Infaq adalah harta yang dikeluarkan baik itu dari perseorangan maupun badan di luar zakat demi kemaslahatan umum. Selain itu perbedaan antara zakat dan infaq yaitu

terletak pada waktunya. Zakat dilakukan di waktu-waktu tertentu, sedangkan infaq tidak ditetapkan waktunya.

6. Shadaqah

Sedekah berasal dari kata *shadaqah*, yang berarti jujur atau benar. Menurut terminologi syariat, arti sedekah masih sama dengan infaq, akan tetapi sedekah memiliki arti yang lebih luas. Dalam infaq, harta yang dikeluarkan hanya berbentuk materi saja, sedangkan sedekah bisa bersifat non materiil (Hasan, 2011). Perintah untuk bersedekah tercantum dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah: 254 yang artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari rezeki yang telah kami berikan kepadamu sebelum datang hari ketika tidak ada lagi jual beli, tidak ada lagi persahabatan dan tidak ada lagi syafaat. Orang-orang kafir itulah orang yang zalim”.

Di dalam ayat ini Allah memerintahkan kita agar sering-sering bersedekah sebelum terjadinya hari kiamat yang tidak akan ada jual beli. Sedekah bisa mendatangkan syafaat ketika dihari kiamat kelak bagi mereka yang sering bersedekah, baik itu sedekah berupa materi maupun non materi keduanya sama-sama mendapatkan pahala.

7. Lembaga Amil Zakat (Laz)

Lembaga zakat adalah badan yang mengelola sumber dana zakat yang berasal dari *muzakki*, baik itu perorangan, kelompok, organisasi, atau badan usaha yang berasal dari zakat fitrah, zakat harta, atau zakat

lainnya dan sesuai dengan kaidah Islam. Selain itu lembaga zakat juga berfungsi untuk mendistribusikan dana dari *muzakki* kepada 7 orang yang berhak menerima (*mustahik*) (Khairina, 2019).

a. Dasar-dasar Hukum Lembaga Amil Zakat

Dasar hukum berdirinya lembaga pengelolaan zakat di Indonesia adalah Undang-Undang No. 38 tahun 1999 yaitu tentang pengelolaan zakat, keputusan Menteri Agama No. 581 tentang keputusan Direktur Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 Tahun 2000 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan zakat (Abdul Ghofar, 2018).

Untuk dapat dikukuhkan oleh pemerintah, sebuah LAZ harus melampirkan persyaratan sebagai berikut:

- 1) Akta pendirian (berbadan hukum)
- 2) Data *Muzaki* dan *Mustahik*
- 3) Daftar susunan pengurus
- 4) Rencana program kerja jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang
- 5) Neraca atau laporan posisi keuangan
- 6) Surat Pernyataan bersedia untuk di audit

b. Adapun Asas-asas pengelolaan zakat

Asas pengelolaan zakat ercantum dalam Undang-undang Nomor 23 tahun 2011 (Abdul Ghofar, 2018), yaitu:

- 1) Syariat Islam, LAZ harus berpedoman dan sesuai dengan Islam dalam menjalankan tugas dan fungsinya, mulai dari tata cara perekrutan pegawai sampai tata cara pendistribusian zakat.
- 2) Amanah, LAZ harus menjadi lembaga yang benar-benar menjalankan tugasnya dengan benar, sehingga menumbuhkan rasa percaya pada masyarakat. *Mustahik* harus sesuai dengan *asnaf* penerima hak zakat.
- 3) Kemanfaatan, LAZ harus mampu memberikan manfaat yang seluas-luasnya bagi *mustahik*.
- 4) Keadilan dalam mendistribusikan zakat dan tepat sasaran.
- 5) Kepastian hukum. *Muzakki* dan *mustahik* harus mempunyai jaminan kepastian hukum dalam proses pengelolaan zakat.
- 6) Terintegrasi. Pengelolaan zakat harus dilakukan secara hierarkis sehingga bisa meningkatkan kinerja dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan dana zakat.
- 7) Akuntabilitas. Pengelola zakat harus mampu bertanggung jawab kepada masyarakat serta mudah diakses oleh masyarakat dan pihak lain yang mempunyai kepentingan.

B. Hasil Penelitian Sebelumnya

Pertama, skripsi dari Nur Malik Ibrahim yang berjudul “Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu”. Yang menjadi pembahasan utama dalam penelitian ini adalah strategi *fundraising* berbasis media sosial terutama *facebook* di

Baitul Maal Hidayatullah (BMH) perwakilan Bengkulu. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan metode deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan BMH adalah merumuskan isi konten di media sosial khususnya *facebook* dan pemilihan waktu yang tepat adalah hal yang penting. Selain itu dalam pengimplementasiannya BMH memposting pamphlet, foto, atau video di setiap harinya, serta yang terakhir yaitu perlunya untuk dilakukan evaluasi (Ibrahim, 2019).

Kedua, adalah skripsi dari Rizka Yasin Yusuf yang berjudul “Strategi *Fundraising* Di LAZNAS Dompot Dhuafa Jawa Tengah”. Pada penelitian tersebut menjelaskan tentang penggalangan dana dilakukan dengan melalui zakat, infaq, sedekah, dan wakaf dengan menggunakan manajemen strategi, strategi kemitraan, dan strategi *fundraising*. Manajemen strategi bertujuan agar setiap pekerjaan yang dilakukan mempunyai tujuan dan arah yang jelas, strategi kemitraan bertujuan untuk menarik donatur yang loyal agar bisa mengentaskan kemiskinan dengan cepat, metode *fundraising* bertujuan agar penggalangan dana melalui ziswaf berjalan dengan baik. Dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa strategi *fundraising* dilakukan dengan cara memberikan pelayanan seperti jemput zakat, transfer zakat, bayar langsung di kantor dan memanfaatkan sosial media di antaranya yaitu *facebook*, *instagram*, *twitter*, dan *youtube* (Yusuf, 2018).

Penelitian yang ketiga skripsi berjudul “Strategi *Fundraising* Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat

Nasional (BAZNAS) Pusat” yang disusun oleh Muhammad Anggi Syahrullah, Tahun 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Skripsi ini membahas tentang strategi yang diterapkan BAZNAS pusat yaitu terdiri dari 3 tahapan, di antaranya adalah analisis SWOT internal dan eksternal yang terbentuk menjadi formulasi strategi. Kedua yaitu penerapan strategi *fundraising* UPZ dan Ritel. Ketiga melakukan evaluasi strategi dari dua strategi yang telah diterapkan BAZNAS yang terbukti dapat meningkatkan kepercayaan *muzakki* untuk terus berdonasi di BAZNAS (Syahrullah, 2018).

Keempat, jurnal dari Nilda Susilawati yang berjudul “ Analisis Model *Fundraising* Zakat, Infaq, dan Sedekah Di Lembaga Zakat”. Jurnal ini membahas tentang model *fundraising* yang dilakukan oleh lembaga-lembaga zakat. Secara garis besar, *fundraising* dibagi menjadi dua yaitu penghimpunan dana secara langsung kepada *muzakki* dan yang kedua yaitu penghimpunan zakat secara tidak langsung. Penghimpunan dana secara langsung telah terbukti efektif karena memudahkan *muzakki* dalam menyalurkan donasinya. Maka dari itu membangun kepercayaan *muzakki* sangatlah penting demi menjaga kontinuitas pembayaran zakat. Kedua, penyaluran zakat secara tidak langsung yaitu melalui media cetak maupun media elektronik. Metode ini dinilai lebih efektif karena dalam melakukan pembayaran, *muzakki* tidak terbatas ruang dan waktu. Dengan kecanggihan teknologi, *muzakki* bisa dengan mudah dan cepat dalam melakukan pembayaran. Walaupun dua model ini sudah dinilai efektif dalam melakukan penggalangan dana, akan

tetapi tetap harus terus diperbaiki. Sumber daya manusia dan teknologi perlu untuk memunculkan variasi dan inovasi agar bisa memberikan pelayanan yang maksimal (Susilawati, 2018).

Kelima, Jurnal yang berjudul “Inovasi Sosial Strategi *Fundraising* Sekolah Relawan” yang disusun oleh Farah Tri Apriliani, Tahun 2021. Hasil penelitian dalam jurnal ini yaitu Sekolah Relawan menghimpun dana dengan menjalin kerja sama dengan mitra atau disebut *sponsorship* dan berupa donasi. Kegiatan donasi ini bisa dilakukan dengan berbagai cara yaitu, transfer ke rekening resmi Yayasan Sekolah Relawan, berdonasi melalui mitra yang bekerja sama dengan Sekolah Relawan misalnya yaitu melalui situs *crowdfunding* Kitabisa.com, atau juga bisa dengan datang langsung ke Graha Sekolah Relawan. Sekolah Relawan telah menciptakan inovasi sosial dengan membuat paket donasi untuk dipilih donatur yang tersedia di *e-commerce* seperti *shopee*, *Tokopedia*, dan *bibli.com*. Di sini, donatur bisa memilih dengan mudah dan bebas paket yang mereka ingin beli, untuk diberikan kepada dhuafa. Selain itu, Sekolah Relawan juga menjalin kerjasama dengan *influencer* yang diharapkan bisa memberikan pengaruh besar terhadap penggalangan dana. Media sosial seperti *Instagram*, *website*, dan *whatsaap* pun tidak ketinggalan digunakan dalam media penggalangan dana (Apriliani, 2021).

Keenam, jurnal dengan judul “Strategi Optimalisasi *Fundraising* Dana Zakat di Lembaga Amil Zakat OPSEZI (tahun 2011-2015)” oleh Rohmat

Agung Setiawan, Novi Mubyarto, Ambok Pangiuk, Tahun 2018. Hasil penelitian dalam jurnal ini yaitu penghimpunan dana di LAZ OPSEZI (Optimalisasi sedekah, zakat, dan infak) Kota Jambi dilakukan dengan dua cara, pertama yaitu secara langsung (*direct fundraising*) dengan menyediakan stand penerimaan dana ZIS di sekolahan dan lembaga pemerintahan, ada juga program jemput dana dan 28opic28 dhuafa. Kedua yaitu penghimpunan dana dengan tidak langsung (*indirect fundraising*) dilakukan dengan cara membuat media promosi atau kampanye seperti baliho, brosur, dan melalui media sosial serta media elektronik. Di LAZ OPSEZI Kota Jambi sendiri dinilai sudah efektif karena mengalami kenaikan dari tahun 2015-2016 dari target yang ditentukan. Walaupun begitu tetap saja masih ada kekurangan, yaitu dari segi sumber daya manusianya yang terbatas sehingga tidak dapat dilakukan pengumpulan dana di setiap Kabupaten di Provinsi Jambi, juga kurangnya kerjasamadengan pemerintah, dan kendala dari masyarakatnya sendiri, dimana mereka masih banyak yang belum paham mengenai zakat (Agung Setiawan, Novi Mubyarto, 2018).

Ketujuh, skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Lembaga Zakat Pada Laziz (Solo Peduli) Di Surakarta” oleh Anton Wasiso tahun 2010. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Skripsi ini membahas mengenai strategi pemasaran yang diterapkan dengan cara melihat pada faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat pada Solo Peduli. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan perolehan dana dari Solo

Peduli yaitu terletak pada pelayanan, kesetiaan pelanggan, produk/jasa, periklanan, distribusi, serta kemampuan manajemen. Perolehan dana didapatkan dari kegiatan perkumpulan atau organisasi dengan memberikan tausiyah mengenai mensucikan harta dengan cara bersedekah yang salah satu wadahnya yaitu di Solo Peduli (Wasiso, 2010).

Kedelapan, skripsi yang berjudul “Pola *Fundraising* Dana Infak Dan Sedekah Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Jamaah Pada LAZIS Masjid Raya Bintaro Jaya” oleh Bariek Azka Perdana tahun 2020. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan metode deskriptif kualitatif. Skripsi ini membahas tentang bentuk-bentuk penggalangan dana yang diterapkan oleh MRBJ yaitu yang paling utama lembaga harus menjaga eksistensi agar lembaga dapat bertahan dalam waktu yang lama. Selain itu MRBJ membentuk berbagai macam program seperti kajian rutin dan meletakkan kotal amal di tempat-tempat strategis seperti toko, mall dan lainnya, karena dengan begitu maka para donatur bisa lebih mudah dalam bersedekah, tidak terbatas ruang dan waktu. Ada juga program Kotak Harta Riba yang diperuntukkan bagi donatur yang ingin berinfak harta hasil dari bunga bank. Dan yang terakhir yaitu penggalangan dana dengan media sosial, karena sifatnya yang canggih, 29opic29, dan mudah (Perdana, 2020).

Kesembilan, Jurnal yang berjudul “Analisis Strategi *Fundraising* Organisasi Pengelolaan Zakat Di Era Digitalisasi” disusun oleh Ade Yuliar Tahun 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif

lapangan dengan pendekatan *multiple case study*. Jurnal ini membahas mengenai penerapan strategi *fundraising* dengan pendekatan digitalisasi yang ada di delapan Lembaga Amil Zakat di Solo Raya. Strategi itu adalah dengan E-zakat, yaitu dengan *online payment* atau *e-payment* dan aplikasi berbasis android, website dengan informasi *terupdate*, media sosial (*facebook, instagram, twitter*) dengan informasi *terupdate*, dan Kerjasama dengan *fintech, e-commerce*. Akan tetapi ditemukan bahwa dalam strategi ini belum ditemukan sesuatu yang baru dan inovatif (Yuliar, 2021).

Kesepuluh, Jurnal berjudul “Analisis Strategi *Fundraising* Lembaga Amil Zakat Dalam Mendapatkan *Muzakki* Dan *Munfaqin* (Studi Kasus Lazismu Pamekasan)” disusun oleh Wildatus Sufiyah dan Abdur Rohman, Tahun 2019. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif. Jurnal ini membahas tentang strategi *fundraising* lazismu yang sangat diutamakan harus baik dalam segala hal yaitu mengenai tujuan *fundraising* itu sendiri, prinsip *fundraising* yang harus jelas, formulasi strategi *fundraising* serta model strategi *fundraising* yang harus terukur. Model strategi *fundraising* yang diterapkan lazismu adalah dengan model *direct fundraising* yaitu menghimpun dana secara langsung yang melibatkan peran para donatur secara langsung. Tujuan dari diterapkannya model *direct fundraising* ini yaitu agar para donatur bisa lebih mudah dan aman dalam berdonasi (Sufiyah & Rohman, 2019).

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Tahun dan Judul	Metode	Hasil
1.	Skripsi berjudul “ <i>Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu</i> ” yang disusun oleh Nur Malik Ibrahim, Tahun 2019.	Deskriptif Evaluatif	Strategi yang diterapkan BMH adalah merumuskan isi konten di media sosial khususnya <i>facebook</i> dan pemilihan waktu yang tepat adalah hal yang penting. Selain itu dalam pengimplementasiannya BMH memposting 31opic3131t, foto, atau video di setiap harinya, serta yang terakhir yaitu perlunya untuk dilakukan evaluasi.
2.	Skripsi berjudul “ <i>Strategi Fundraising Di LAZNAS Dompot Dhuafa Jawa Tengah</i> ” yang disusun oleh Rizka Yasin Yusuf, Tahun 2018.	Deskriptif Kualitatif	Penggalangan dana dilakukan dengan melalui zakat, infaq, sedekah, dan wakaf dengan menggunakan manajemen strategi, strategi kemitraan, dan strategi <i>fundraising</i> . Manajemen strategi bertujuan agar setiap pekerjaan yang dilakukan mempunyai tujuan dan arah yang jelas, Strategi Kemitraan bertujuan untuk menarik donatur yang loyal agar bisa mengentaskan kemiskinan dengan cepat,

			<p>Metode <i>Fundraising</i> bertujuan agar penggalangan dana melalui ziswaf berjalan dengan baik. Dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa strategi <i>fundraising</i> dilakukan dengan cara memberikan pelayanan seperti jemput zakat, transfer zakat, bayar langsung di kantor dan memanfaatkan sosial media di antaranya yaitu <i>facebook, instagram, twitter, dan youtube</i>.</p>
3.	<p>Skripsi berjudul “<i>Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat</i>” yang disusun oleh Muhammad Anggi Syahrullah, Tahun 2018.</p>	<p>Kualitatif Deskriptis</p>	<p>Strategi yang diterapkan BAZNAS pusat yaitu terdiri dari 3 tahapan, di antaranya adalah analisis SWOT internal dan eksternal yang terbentuk menjadi formulasi strategi. Kedua yaitu penerapan strategi <i>fundraising</i> UPZ dan Ritel. Ketiga melakukan evaluasi strategi dari dua strategi yang telah diterapkan BAZNAS yang terbukti dapat meningkatkan kepercayaan <i>muzakki</i> untuk terus berdonasi di BAZNAS.</p>
4.	<p>Jurnal dari Nilda Susilawati yang</p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Model <i>fundraising</i> yang dilakukan oleh lembaga-</p>

	<p>berjudul “<i>Analisis Model Fundraising Zakat, Infaq, dan Sedekah Di Lembaga Zakat</i>”, tahun 2018.</p>	<p>lembaga zakat. Secara garis besar, <i>fundraising</i> dibagi menjadi dua yaitu pengumpulan dana secara langsung kepada <i>muzakki</i> dan yang kedua yaitu pengumpulan zakat secara tidak langsung. Pengumpulan dana secara langsung telah terbukti efektif karena memudahkan <i>muzakki</i> dalam menyalurkan donasinya. Maka dari itu membangun kepercayaan <i>muzakki</i> sangatlah penting demi menjaga kontinuitas pembayaran zakat. Kedua, penyaluran zakat secara tidak langsung yaitu melalui media cetak maupun media elektronik. Metode ini dinilai lebih efektif karena dalam melakukan pembayaran, <i>muzakki</i> tidak terbatas ruang dan waktu. Dengan kecanggihan teknologi, <i>muzakki</i> bisa dengan mudah dan cepat dalam melakukan pembayaran. Walaupun dua model ini sudah dinilai efektif dalam melakukan penggalangan dana, akan tetapi</p>
--	---	---

			<p>tetap harus terus diperbaiki.</p> <p>Sumber daya manusia dan teknologi perlu untuk memunculkan variasi dan inovasi agar bisa memberikan pelayanan yang maksimal.</p>
5.	<p>Jurnal yang berjudul “<i>Inovasi Sosial Strategi Fundraising Sekolah Relawan</i>” yang disusun oleh Farah Tri Apriliani, Tahun 2021.</p>	Kualitatif deskriptif	<p>Sekolah Relawan menghimpun dana dengan menjalin kerja sama dengan mitra atau disebut <i>sponsorship</i> dan berupa donasi. Kegiatan donasi ini bisa dilakukan dengan berbagai cara yaitu, transfer ke rekening resmi Yayasan Sekolah Relawan, berdonasi melalui mitra yang bekerja sama dengan Sekolah Relawan misalnya yaitu melalui situs <i>crowdfunding</i> Kitabisa.com, atau juga bisa dengan datang langsung ke Graha Sekolah Relawan. Sekolah Relawan telah menciptakan inovasi sosial dengan membuat paket donasi untuk dipilih donatur yang tersedia di <i>e-commerce</i> seperti <i>shopee</i>, <i>Tokopedia</i>, dan <i>blibli.com</i>. Di sini, donatur bisa memilih dengan mudah dan bebas paket yang mereka ingin beli, untuk diberikan kepada</p>

			<p>dhuafa. Selain itu, Sekolah Relawan juga menjalin kerjasama dengan <i>influencer</i> yang diharapkan bisa memberikan pengaruh besar terhadap penggalangan dana. Media sosial seperti <i>Instagram</i>, <i>website</i>, dan <i>whatsaap</i> pun tidak ketinggalan digunakan dalam media penggalangan dana.</p>
6.	<p>Jurnal dengan judul “<i>Strategi Optimalisasi Fundraising Dana Zakat di Lembaga Amil Zakat OPSEZI (tahun 2011-2015)</i>” oleh Rohmat Agung Setiawan, Novi Mubyarto, Ambok Pangiuk, Tahun 2018.</p>	Kualitatif	<p>Penghimpunan dana di LAZ OPSEZI (Optimalisasi sedekah, zakat, dan infak) Kota Jambi dilakukan dengan dua cara, pertama yaitu secara langsung (<i>direct fundraising</i>) dengan menyediakan stand penerimaan dana ZIS di sekolahan dan lembaga pemerintahan, ada juga program jemput dana dan 35opic35 dhuafa. Kedua yaitu penghimpunan dana dengan tidak langsung (<i>indirect fundraising</i>) dilakukan dengan cara membuat media promosi atau kampanye seperti baliho, brosur, dan melalui media sosial serta media elektronik. Di LAZ OPSEZI Kota Jambi</p>

			<p>sendiri dinilai sudah efektif karena mengalami kenaikan dari tahun 2015-2016 dari target yang ditentukan. Walaupun begitu tetap saja masih ada kekurangan, yaitu dari segi sumber daya manusianya yang terbatas sehingga tidak dapat dilakukan pengumpulan dana di setiap Kabupaten di Provinsi Jambi, juga kurangnya kerjasamadengan pemerintah, dan kendala dari masyarakatnya sendiri, dimana mereka masih banyak yang belum paham mengenai zakat.</p>
7.	<p>Skripsi yang berjudul “<i>Strategi Pemasaran Lembaga Zakat Pada Laziz (Solo Peduli) Di Surakarta</i>” oleh Anton Wasiso tahun 2010.</p>	Kualitatif	<p>Strategi pemasaran yang diterapkan dengan cara melihat pada faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT) yang terdapat pada Solo Peduli. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan perolehan dana dari Solo Peduli yaitu terletak pada pelayanan, kesetiaan pelanggan, produk/jasa, periklanan, distribusi, serta</p>

			<p>kemampuan manajemen.</p> <p>Perolehan dana didapatkan dari kegiatan perkumpulan atau organisasi dengan memberikan tausiyah mengenai mensucikan harta dengan cara bersedekah yang salah satu wadahnya yaitu di Solo Peduli.</p>
8.	<p>Skripsi berjudul “<i>Pola Fundraising Dana Infak Dan Sedekah Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Jamaah Pada LAZIS Masjid Raya Bintaro Jaya</i>” yang disusun oleh Bariek Azka Perdana, Tahun 2020.</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Penggalangan dana yang diterapkan oleh MRBJ yaitu yang paling utama lembaga harus menjaga eksistensi agar lembaga dapat bertahan dalam waktu yang lama. Selain itu MRBJ membentuk berbagai macam program seperti kajian rutin dan meletakkan kotal amal di tempat-tempat strategis seperti toko, mall dan lainnya, karena dengan begitu maka para donatur bisa lebih mudah dalam bersedekah, tidak terbatas ruang dan waktu. Ada juga program Kotak Harta Riba yang diperuntukkan bagi donatur yang ingin berinfak harta hasil dari bunga bank. Dan yang terakhir yaitu penggalangan dana dengan media sosial, karena sifatnya</p>

			yang canggih, simple, dan mudah.
9.	Jurnal berjudul “ <i>Analisis Strategi Fundraising Organisasi Pengelolaan Zakat Di Era Digitalisasi</i> ” yang disusun oleh Ade Yuliar, Tahun 2021.	Kualitatif lapangan dengan pendekatan <i>multiple case study</i>	Strategi <i>fundraising</i> dengan pendekatan digitalisasi yang ada di delapan Lembaga Amil Zakat di Solo Raya. Strategi itu adalah dengan E-zakat, yaitu dengan <i>online payment</i> atau <i>e-payment</i> dan aplikasi berbasis android, website dengan informasi terupdate, media sosial (<i>facebook, instagram, twitter</i>) dengan informasi terupdate, dan Kerjasama dengan <i>fintech, e-commerce</i> . Akan tetapi ditemukan bahwa dalam strategi ini belum ditemukan sesuatu yang baru dan inovatif.
10.	Jurnal yang berjudul “ <i>Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Dalam Mendapatkan Muzakki Dan Munfaqin (Studi Kasus Lazismu Pamekasan)</i> ” yang disusun oleh Wildatus Sufiyah dan Abdur Rohman, Tahun 2019.	Deskriptif Kualitatif	Strategi <i>fundraising</i> lazismu yang sangat diutamakan harus baik dalam segala hal yaitu mengenai tujuan <i>fundraising</i> itu sendiri, prinsip <i>fundraising</i> yang harus jelas, formulasi strategi <i>fundraising</i> serta model strategi <i>fundraising</i> yang harus terukur. Model strategi <i>fundraising</i> yang diterapkan lazismu adalah dengan model

			<p><i>direct fundraising</i> yaitu menghimpun dana secara langsung yang melibatkan peran para donatur secara langsung. Tujuan dari diterapkannya model <i>direct fundraising</i> ini yaitu agar para donatur bisa lebih mudah dan aman dalam berdonasi.</p>
--	--	--	---

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian Kualitatif. Iskandar Indranata menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mencari tahu dan memahami tentang suatu peristiwa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, pendapat, motivasi, sikap, tindakan dan lain-lain, dimana hasilnya dituliskan dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan menggunakan berbagai metode ilmiah (Indranata, 2008).

Metode penelitian kualitatif menurut. Sedangkan penelitian kualitatif menurut Sugiyono yaitu penelitian yang menggunakan filsafat postpositivisme sebagai landasannya. Metode kualitatif digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah, pelaku penelitian sebagai instrument kunci, pengumpulan datanya dengan triangulasi, analisis data secara induktif, dan hasilnya lebih berisi mengenai makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2013).

Rahardjo dalam buku Penelitian Pendidikan adalah aktivitas ilmiah yang bertujuan untuk mengumpulkan data secara sistematis, kemudian diurutkan berdasarkan kategori tertentu, selanjutnya data dari hasil wawancara, percakapan, observasi, dan dokumentasi dideskripsikan dan dijelaskan. Data tersebut bisa berupa kata, foto, gambar, catatan-catatan, dan lainnya (Manab, 2015a).

Selain itu, metode penelitian di sini juga menggunakan metode penelitian studi kasus. Studi kasus adalah mencari sesuatu dari topik terikat atau sebuah kasus baik itu satu atau beberapa kasus yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data secara mendetail yang didapatkan dari para sumber-sumber pemberi informasi yang dilakukan dari waktu ke waktu. Dengan metode penelitian ini, peneliti akan meneliti aktifitas penggalangan dana yang dilakukan Solo Peduli agar setiap target yang mereka tentukan dapat tercapai dan program-program dapat terlaksana. Informasi dapat didapatkan dengan cara melakukan pengamatan, wawancara, materi audio-visual, dokumen, dan laporan-laporan (Manab, 2015).

1. Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah para pegawai Yayasan Solo Peduli, khususnya yaitu manajer *fundraising*, staf *fundraising*, manajer pendayagunaan, dan beberapa donatur *offline* maupun *online*. Alasan peneliti memilih Yayasan Solo Peduli yaitu selain mempertimbangkan teori-teori di atas, peneliti juga mempertimbangkan waktu, biaya, dan tenaga.

2. Teknik Sampling

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa teknik sampling adalah teknik yang dilakukan dalam pengambilan sampel. Teknik sampling ada dua yaitu *Probability sampling* dan *Nonprobability sampling*. *Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama untuk semua populasi kemudian dipilih menjadi anggota

sampel. Sedangkan *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang yang sama bagi populasi untuk dipilih menjadi bagian dari sampel (Saleh, 2017).

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Purposive sampling yaitu teknik dalam menentukan sampel dengan mempertimbangkan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang menjadi topik penelitian (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena peneliti melakukan penelitian mengenai *fundraising* dan yang menjadi sumber datanya yaitu orang-orang yang ahli dalam hal ini di antaranya adalah Direktur *fundraising*, Manajer *fundraising*, Manajer pendayagunaan serta duta peduli yang ada di Yayasan Solo Peduli.

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber data primer atau seseorang yang menjadi sumber utama pemberi informasi di lapangan (Burham, 2006). Data primer dalam penelitian ini yaitu berasal dari hasil wawancara dengan beberapa pihak Yayasan Solo Peduli. Pihak-pihak yang diwawancarai yaitu Direktur dan Manajer *fundraising* baik *offline* maupun *online*, Manajer pendayagunaan, dan duta peduli Yayasan Solo Peduli.

Data diperoleh dengan cara melakukan wawancara, observasi, dan

dokumentasi. Selanjutnya, data-data yang telah didapatkan akan dianalisis kemudian tidak lupa juga mengkaitkannya dengan permasalahan-permasalahan yang ada di lapangan, setelah itu barulah kesimpulan akan ditarik.

2. Data Sekunder

Menurut Bungin Burhan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua setelah sumber pertama. Jadi data sekunder adalah data primer yang sudah diolah dan diterbitkan oleh pengumpul data atau pihak yang lain dimana data ini juga penting dan dibutuhkan oleh peneliti. Data sekunder juga bisa didapatkan dari mencatat dokumen-dokumen misalnya seperti Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, dan artikel-artikel yang berhubungan dengan hal yang diteliti (Burham, 2006).

Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan oleh penulis yaitu berasal dari berbagai literatur dan referensi seperti buku, makalah, dan jurnal. Pemilihan referensi dipilih berdasarkan dari informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dan didapatkan baik dari perpustakaan maupun internet.

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini di antaranya adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu, dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dengan narasumber (yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan) (Moleong, 2004). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan cara peneliti datang langsung ke Yayasan Solo Peduli untuk mewawancarai pengurus terutama kepada pihak-pihak yang ada di divisi *fundraising*, pendayagunaan, dan donatur.

2. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan pengamatan yang dilakukan oleh seseorang dengan menggunakan pancaindra mata dan dibantu pancaindra lainnya dengan datang langsung di tempat yang ingin diamati oleh peneliti (Burhan, 2011). Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati langsung ke Yayasan Solo Peduli. Pengamatan dilakukan guna untuk memperoleh informasi dan gambaran mengenai kegiatan penggalangan dana yang dilakukan baik secara *online* dengan media sosial maupun penggalangan dana secara *offline*.

D. Teknik Keabsahan Data

1. Uji Kredibilitas

Suatu data dapat dinyatakan kredibel apabila ada persamaan antara apa yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, uji kredibilitas data terdiri dari perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi dan *member check*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah melakukan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, maupun waktu (Sugiyono, 2017). Di dalam proses penelitian atau pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi agar data yang didapatkan tidak diragukan kebenarannya dan dapat dipertanggungjawabkan.

2. Uji Transferabilitas

Transferabilitas menunjukkan seberapa tepatkah atau sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan ke populasi dimana informan tersebut dipilih. Pada penelitian kualitatif, nilai transferabilitas tergantung pada pembaca, sampai sejauh manakah hasil penelitian dapat diterapkan pada situasi sosial yang lain (Mekarisce, 2020) . Dalam penelitian ini peneliti akan memberikan uraian yang rinci dan sistematis agar dapat dipahami oleh pembaca.

3. Uji Dependabilitas

Suatu hasil penelitian dapat dikatakan memenuhi dependabilitas jika peneliti berikutnya dapat mereplikasi rangkaian proses penelitian tersebut. Hasil penelitian bisa dikatakan dependable jika peneliti dapat membuktikan bahwa dia telah benar-benar melakukan penelitian secara nyata (Mekarisce, 2020). Dalam penelitian ini peneliti akan mengaudit seluruh data dan rutin berkonsultasi kepada pembimbing untuk mengurangi kesalahan dalam melakukan proses penelitian dan penyajian hasil penelitian.

4. Uji Konfirmabilitas

Konfirmabilitas adalah ketika peneliti bersedia untuk mengungkapkan kepada publik mengenai proses yang dilakukan selama melakukan penelitian sehingga bisa memberikan kesempatan kepada pihak lain untuk melakukan penilaian atas hasil penelitiannya serta memperoleh persetujuan dari pihak-pihak yang terkait (Afiyanti Y, 2008). Standar konfirmabilitas terfokus pada pemeriksaan kualitas dan kebenaran hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian mengenai Strategi Fundraising Dalam Mencapai Target Pelaksanaan Program-Program Peduli Umat Di Yayasan Solo Peduli.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengelompokan data mentah yang berupa transkrip atau narasi singkat yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta lainnya dengan membuat koding seluruh

data sehingga menghasilkan pemahaman yang bersifat deskriptif (Sugiyono, 2020).

M.B Milles dan A.M, Huberman dalam Dewi Sadiyah mendefinisikan bahwa analisis data secara kualitatif memiliki beberapa tahapan (Sugiyono, 2020), diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah tahapan memilih data yang dianggap penting, yang baru, dan relevan dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti sehingga informasi tersebut menjadi sesuatu yang bermakna. Dengan demikian data yang telah melalui tahap reduksi akan menghasilkan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2020).

Reduksi data dalam penelitian ini yaitu data yang didapatkan dari hasil observasi dan informasi-informasi yang didapatkan dari hasil wawancara di Yayasan Solo Peduli.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Display Data (penyajian data) adalah tahap bentuk uraian singkat, bagan dan sejenisnya berupa teks naratif. Setelah proses reduksi data, data akan tersusun dalam pola hubungan sehingga data tersebut semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2020).

Dalam penelitian ini penyajian data merupakan sekumpulan informasi dalam bentuk deskripsi yang berkaitan dengan strategi

fundraising yang diterapkan di Yayasan Solo Peduli.

4. Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan merupakan tahap setelah data disusun, dipolakan dan difokuskan dalam bentuk teks naratif kemudian data disimpulkan untuk menjawab rumusan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan analisis *semiotika Ferdinand De Saussure*. Menurut *Saussure* perspektif dan persepsi terhadap suatu realitas, dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial. *Semiotik* berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti tanda. *Semiotik* adalah ilmu yang mengkaji tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda (Sobur, 2018).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Profil Yayasan Solo Peduli

a. Sejarah Berdirinya Yayasan Solo Peduli

Yayasan Solo Peduli ummat atau yang biasa disebut dengan Solo Peduli adalah lembaga yang berdiri di Solo seperti namanya. Solo Peduli merupakan lembaga nirlaba milik masyarakat Soloraya pada khususnya, dan milik masyarakat Indonesia pada umumnya. Sesuai dengan namanya, Solo Peduli berfokus dalam menerapkan dan mengangkat nilai-nilai kepedulian masyarakat untuk peduli kepada kaum dhuafa (miskin). Dalam mewujudkan kepedulian ini, Solo Peduli melakukan penggalangan dana melalui ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, serta dana sosial lainnya yang penting halal dan legal baik itu dari perseorangan maupun perusahaan atau lembaga).

Dana yang didapatkan dari hasil penggalangan dana selanjutnya diwujudkan ke dalam program-program sosial yang inovatif dan solutif sesuai kebutuhan masyarakat. Solo Peduli menghadirkan enam bidang program yaitu program dalam bidang pendidikan, kesehatan, sosial kemanusiaan, santunan umum, dakwah, dan pemberdayaan. Dengan keenam program ini diharapkan mampu membantu memenuhi kebutuhan ummat khususnya yatim Dhuafa

mulai dari lahir hingga meninggal dunia. Solo peduli selalu berupaya untuk mewujudkan program-program yang kebermanfaatannya bisa dirasakan oleh masyarakat luas.

Awal mula berdirinya Solo Peduli yaitu bermula karena adanya krisis moneter pada tahun 1998. Kerusuhan besar saat krisis moneter menyebabkan banyak masyarakat mengalami krisis ekonomi. Krisis moneter pada saat itu menyebabkan perekonomian terpuruk sehingga terjadi banyak pemutusan hubungan kerja dan penganguran pun dimana-mana, sehingga kemiskinan semakin meningkat. Oleh karena itu, Solo Peduli hadir untuk memberikan kepedulian dan pertolongan kepada sesama, terutama kepada masyarakat terdampak krisis moneter. Diberikan oleh tiga orang yaitu Danie H. Soe'loed (Harian Umum Solopos), Erie Sudewo (Dompot Dhuafa) dan Drs. Mulyanto Utomo (Harian Umum Solopos) (Solopeduli, 2022).

2. Legalitas Yayasan Solo Peduli

Secara sah, Yayasan Solo Peduli berdiri tanggal 11 Oktober 1999 di Solo Jawa Tengah dengan pembaharuan akta notaries No 147 Notaris Ny Rahayu Utami Sari, S.H pada tanggal 25 Februari 2010. Dan mendapatkan pengesahan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor: AHU.924.AH.01.04. Tahun 2010. Adapun Nomor Pokok Wajib Pajak: 31.164.613.7.526.000.

- a.** Solo Peduli resmi menjadi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Tingkat Kabupaten/Kota No.011/HVR/SPD/BAZNAS/VII/2015.

- b. Keputusan Dirjen Bimas Islam No Dj.III/217 Tahun 2016 Tanggal 14 April 2016 : Solo Peduli resmi menjadi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Tingkat Provinsi.
- c. SK Dirjen Bimas Islam Kemenag RI No. 271: Solo Peduli sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) Resmi Tingkat Provinsi. Yayasan Solo Peduli berlokasi di Komplek Griya Smart. Jl. Tentara Pelajar, Jetak, Bolon, Kec. Colomadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57178.

3. Visi dan Misi Yayasan Solo Peduli

a. Visi

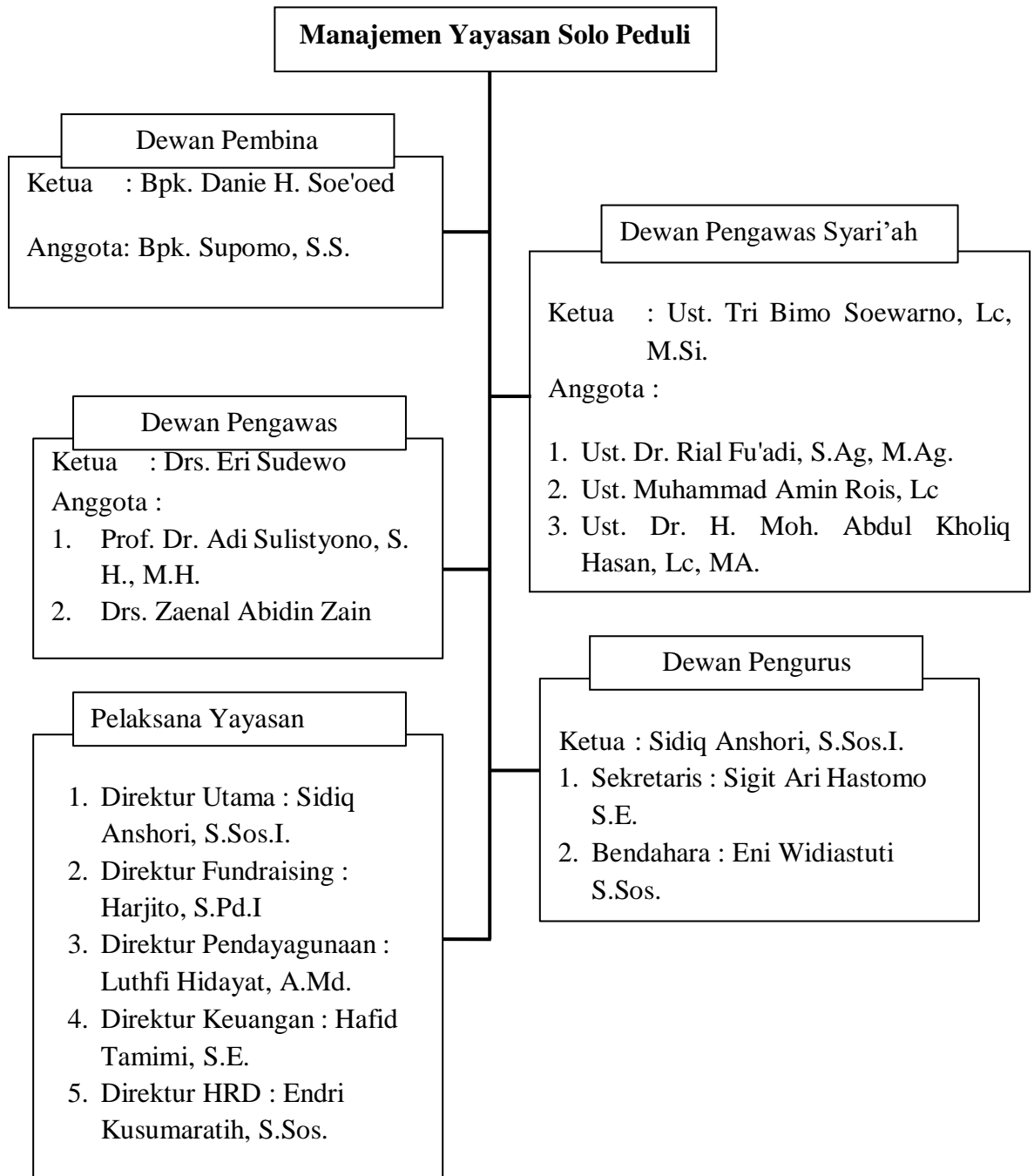
Menjadi Lembaga Sosial Percontohan dalam Memberdayakan dan Memandirikan Umat

b. Misi

- 1) Menghadirkan program monumental yang solutif untuk masyarakat miskin sejak lahir sampai meninggal dunia
- 2) Membangun sinergi dengan seluruh elemen ummat di lingkup Regional, Nasional, maupun Internasional.
- 3) Mencetak para pejuang sosial yang berkarakter dan berintegritas
- 4) Menerapkan prinsip good corporate government dalam tata kelola lembaga
- 5) Melakukan transformasi digital dalam upaya menggapai target-target lembaga (Solopeduli, 2022).

4. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



5. Program-program Kerja di Solo Peduli

Sejak berdiri pada tahun 1999, Solo Peduli berusaha menghadirkan program-program sosial yang bersifat inovatif dan solutif untuk masyarakat dhuafa. Bahkan Solo Peduli bukan hanya memberikan donasi saja, akan tetapi juga memberikan layanan gratis dan paripurna untuk masyarakat dhuafa dari mereka belum lahir hingga meninggal dunia. Berikut adalah program-program yang ada di Solo Peduli (Solopeduli, 2021):

a. Program Pendidikan

Pendidikan selalu menjadi masalah serius yang tak ada habisnya di negara ini. Banyak anak memilih untuk tidak melanjutkan sekolahnya dikarenakan permasalahan ekonomi. Oleh karena itu, Solo Peduli menghadirkan program pendidikan gratis khususnya untuk anak-anak yatim dhuafa. Solo peduli menghadirkan program pendidikan gratis yang meliputi SMK IT gratis Solo Peduli, Pesantren Solo Peduli, Beasiswa jenjang SD, SMP, SMK, serta Perguruan tinggi (PT).

Tabel 4.1
Program Pendidikan

Nama program	Jumlah penerima manfaat
SMK IT Solo Peduli	168
Beasiswa Pendidikan Sekolah	3.601
Pesantren Solo Peduli	236

Beasiswa Pendidikan Perguruan Tinggi	49
--------------------------------------	----

b. Program Kesehatan

Program kesehatan Solo Peduli bertujuan untuk memberikan pelayanan kesehatan yang layak khususnya bagi masyarakat dhuafa. Selain memberikan pelayanan kesehatan, Solo Peduli juga turut memberikan edukasi kesehatan kepada masyarakat serta santunan kesehatan bagi masyarakat yang tergolong dhuafa. Penerima manfaat dari program kesehatan Solo Peduli sekarang ini mencapai 23.740 jiwa yang terbagi dalam beberapa program kesehatan, di antaranya yaitu :

- 1) Klinik Solo Peduli, memberikan manfaat kepada 17.029 jiwa
- 2) Pengobatan gratis, 624 jiwa penerima manfaat
- 3) Klinik Ummat Solo Peduli, 5.968 penerima manfaat
- 4) Santunan Kesehatan, 119 penerima manfaat

c. Program Sosial Kemanusiaan

Program sosial kemanusiaan Solo Peduli ini banyak macamnya yaitu sebagai berikut:

- 1) Layanan kesehatan serta ambulans gratis Solo Peduli yang sudah memberikan pelayanan kepada 13.590 penerima.
- 2) Peduli bencana nasional, program ini ada karena berdasarkan letak geografisnya, wilayah Indonesia memiliki potensi bencana

yang cukup tinggi. Maka dari itu Solo Peduli membentuk tim SIGAB (Siaga Bencana) dengan tujuan untuk memberikan bantuan kepada saudara-saudara kita yang mengalami musibah bencana. Tim SIGAB beranggotakan sebanyak 20 relawan, dimana mereka juga menjadi bagian dari penerima manfaat. Sejauh ini sudah ada 16.780 penerima manfaat dari program peduli bencana.

3) Program Cinta Alam, sebanyak 575 jiwa sudah menjadi penerima manfaat dari program ini.

4) Program Air Bersih

Air merupakan kebutuhan primer bagi manusia, akan tetapi sampai saat ini masih banyak wilayah Indonesia yang kesulitan mencari air bersih. Maka dari itu Solo Peduli menghadirkan program sumur dalam di wilayah-wilayah yang mengalami kekeringan. Sebanyak 10.816 jiwa sudah pernah menjadi penerima manfaat dari program ini.

5) Program Paket Keluarga Bahagia

Program ini tercipta karena melemahnya perekonomian masyarakat akibat dari pandemi. Dengan paket ini diharapkan mampu meringankan beban perekonomian dengan memberikan bahan makanan pokok kepada masyarakat. Sebanyak 21.450 jiwa sudah menjadi penerima manfaat dari program ini.

6) Program Qurban

Dengan program ini, Solo Peduli berkomitmen untuk bisa menyalurkan qurban hingga ke pelosok-pelosok desa. Solo Peduli menciptakan inovasi hewan qurban yaitu dengan menjadikan daging ke dalam bentuk abon yang diberi nama “Abon Djoss Solo Peduli”. Dengan begini maka pendistribusian qurban ke pelosok desa menjadi lebih mudah. Sebanyak 197.850 jiwa sudah menjadi penerima manfaat dari program ini.

d. Santunan Umum

Dengan latar belakang kepedulian terhadap kemaslahatan umat, Solo Peduli menciptakan program-program santunan umum yang terdiri dari :

- 1) Cinta Anak Yatim, sebanyak 3.303 penerima manfaat
- 2) Gharim, sebanyak 158 penerima manfaat
- 3) Fakir Miskin, sebanyak 5,872 penerima manfaat
- 4) Ibnu Sabil, 94 penerima manfaat
- 5) Muallaf, 14 penerima manfaat

e. Pemberdayaan

Tergerak dengan semangat menurunkan angka pengangguran dan kemiskinan di Indonesia, Solo Peduli menghadirkan program Pemberdayaan Ekonomi. Dengan disertai permodalan dan pendampingan langsung oleh pihak Solo Peduli, diharapkan program ini mampu membantu UMKM agar kedepannya bisa membuka

lapangan pekerjaan. Sampai saat ini sudah ada 581 penerima manfaat dari program ini :

f. Dakwah

Program dakwah Solo Peduli diharapkan mampu membantu masyarakat dalam memperdalam Islam serta menebar kebaikan kepada sesama. Selain itu, masyarakat diharapkan bisa istiqomah dalam kebaikan dengan adanya nutrisi rohani dalam program ini. Sebanyak 327.932 jiwa sudah menjadi penerima manfaat. Program ini terbagi menjadi beberapa yaitu sebagai berikut :

- 1) Tebar Cahaya Al-Qur'an, sebanyak 3.724 penerima manfaat
- 2) Dakwah Media Hadila, sebanyak 225.709 penerima manfaat
- 3) Ramadhan Super Berkah, 25.164 penerima manfaat
- 4) Dakwah Media Smarteen, 5.080 penerima manfaat
- 5) Peduli Guru Ngaji, 128 penerima manfaat
- 6) Benah Rumah Ibadah, 6.305 penerima manfaat
- 7) Dakwah Fisabilillah, 7.012 penerima manfaat
- 8) Akikah Peduli, 570 penerima manfaat

g. Program Covid 19

Saat pandemi Covid 19 datang, Solo Peduli menghadirkan beberapa program, yaitu sebagai berikut (Annual Report, 2021):

- 1) Layanan Ambulan Gratis, diperuntukkan bagi pasien terpapar Covid-19 atau jenazah yang sulit mendapatkan akses transportasi.

Sebanyak 41 jiwa sudah mendapatkan manfaat dari program ini.

- 2) Paket Keluarga Bahagia, sebanyak 21.450 penerima manfaat.
- 3) Cinta Yatim, sebanyak 3.303 penerima manfaat.
- 4) Vaksin, sebanyak 2.797 penerima manfaat.
- 5) Paket Isolasi Mandiri, sebanyak 220 penerima manfaat.
- 6) Oksigen, sebanyak 12 penerima manfaat.

B. Pembahasan Hasil Analisis Data

1. Strategi *Fundraising* di Yayasan Solo Peduli

a. Strategi *Fundraising* di Yayasan Solo Peduli

Pengelolaan zakat tentunya memerlukan persiapan dan perencanaan yang matang. Segala sesuatu yang berkaitan dengan penggalangan dana dan pengelolaannya harus terorganisir agar nantinya segala pencapaian dapat dievaluasi. Dengan begini maka pengelolaan zakat dapat berjalan dengan efektif. Oleh karena itu, dalam pengumpulan dana harus didasarkan pada prinsip-prinsip manajemen, agar tujuan organisasi dapat tercapai.

Dalam melakukan penggalangan dana tentunya ada tahap-tahap kegiatan yang dilakukan Solo Peduli, khususnya divisi *fundraising* sebagai bentuk respon dari adanya suatu bencana atau masalah kemanusiaan. Tahapan-tahapan itu di antaranya yaitu sebagai berikut:

1) Memberikan Respons Kemanusiaan

Salah satu aktivitas divisi *fundraising* sebelum melakukan penggalangan dana adalah merespons kemanusiaan. Maka dari itu divisi *fundraising* dengan divisi pendayagunaan harus terus saling bersinergi satu sama lain. Ketika ada bencana, atau kegiatan sosial lainnya, divisi pendayagunaan akan menyampaikan informasi tersebut kepada divisi *fundraising*. Informasi yang didapatkan harus jelas, apakah bencana tersebut karena alam atau konflik, atau juga bisa masalah-masalah yang lainnya. Berita tersebut harus mencangkup mulai dari apa yang terjadi, dimana, kapan, dan harus bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Divisi pendayagunaan akan kembali menyampaikan sumber data yang didapat. Data harus jelas dari mana asalnya, karena data yang didapat harus memiliki validasi data yang akurat. Jangan sampai data tersebut adalah hoax. Karena hal ini dapat mempengaruhi reputasi. Data yang didapat bisa berasal dari Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), berita-berita nasional maupun internasional.

2) Perencanaan Strategi

Data-data yang didapatkan dari divisi pendayagunaan selanjutnya akan diproses oleh divisi *fundraising*. Respons pertama yaitu dari bagian konten dan *copy writing*. Di sini akan

didiskusikan mengenai bagaimana narasi yang akan disampaikan. Setelah narasi dibuat, maka selanjutnya yaitu memberikan tanggapan yang positif terlebih dahulu berupa doa seperti “*Pray For Palestina*”, *Pray For Merapi*, dan lain-lain guna untuk menarik simpati dari orang-orang terlebih dahulu. Jadi lembaga di sini tidak hanya langsung melakukan penggalangan dana tetapi juga memberikan respons-respons yang positif.

Bentuk-bentuk dari penyampaian respons bermacam-macam, ada yang berbentuk meme biasa, bisa juga berupa video jika sumber dayanya mendukung. Setelah itu divisi *fundraising* kembali melakukan komunikasi dengan divisi pendayagunaan guna menentukan apa langkah yang diambil selanjutnya, apakah mengirimkan aksi atau *assessment* terlebih dahulu. Jika bencana atau kegiatan kemanusiaan itu bersifat lokal maka dilakukan *assessment* terlebih dahulu. Jika bersifat nasional maka pihak Solo Peduli langsung ke sumber informasi, bertanya mengenai apa saja yang dibutuhkan dan lainnya (Wawancara dengan Bapak Harjito, 2 September 2022).

Dalam kegiatan kemanusiaan yang bersifat nasional, misalnya seperti bencana alam, maka setelah mendapatkan informasi-informasi, divisi *fundraising* bagian konten akan membuat narasi mengenai kebutuhan, keadaan terkini di lokasi

bencana, dan lainnya kepada donatur. Selain itu tim konten menyampaikan kepada donatur bahwa dari adanya bencana atau masalah kemanusiaan lainnya Solo Peduli membuka peluang kebaikan baik untuk perseorangan, kelompok atau perusahaan. Divisi *fundraising* akan terus mengabarkan dari lokasi bencana, mulai dari awal terjadinya bencana hingga sudah mulai membaik atau pemulihan. Bersamaan dengan ini kebutuhan-kebutuhan akan terus di *update* sesuai keadaan.

Dalam hal ini, Solo Peduli tidak hanya mengunggah konten dan memberi informasi saja kepada donatur, akan tetapi juga mengajak donatur yang sekiranya mau ikut meninjau langsung di lokasi bencana. Hal ini bertujuan agar donatur bisa melihat langsung bagaimana situasi di sana, apa saja yang dibutuhkan dan lainnya. Donatur yang meninjau langsung ke lokasi tidak hanya perorangan saja akan tetapi lembaga atau organisasi juga bisa. Mereka akan ditunjukkan langsung ke posko bencana Solo Peduli yang ada di sana (Wawancara dengan Bapak Harjito, 2 September 2022).

Berkaitan dengan strategi *fundraising*, suatu lembaga atau organisasi tentunya harus menjual produk yang bagus dan menarik agar ada orang yang membelinya. Sama halnya dengan Solo Peduli, mereka menjual produk-produk penggalangan dana dengan menciptakan program-program yang bervariasi. Solo

Peduli memiliki banyak sekali program-program seperti yang telah disebutkan di atas. Untuk menarik simpati dan empati masyarakat, Solo Peduli juga banyak menciptakan ide-ide program yang menarik dan bermanfaat tentunya.

Program-program Solo Peduli yang variatif dan menarik di antaranya yaitu program qurban yang dilakukan setiap setahun sekali. Solo Peduli bukan hanya menyalurkan daging qurban saja, akan tetapi juga mengolahnya menjadi “Abon Djoss”. Abon Djoss merupakan salah satu produk olahan Solo Peduli yang dibuat dari hasil daging qurban. Daging diolah menjadi abon karena Solo Peduli mempertimbangkan manfaat dan waktunya. Jika daging disalurkan dalam bentuk daging mentah mungkin hanya akan bisa bertahan untuk waktu yang singkat. Akan tetapi dengan diolahnya daging menjadi abon, maka daging abon bisa dijadikan cadangan makanan untuk waktu yang lama.

Selain itu ada juga dalam program pemberdayagunaan ekonomi, masyarakat akan dibantu untuk membangun usaha rumahan. Masyarakat didikan Solo Peduli sudah banyak menciptakan produk-produk buatannta sendiri yaitu “Cornerz” marning jagung dengan rasa-rasa yang bervariasi, “Sekar Dewi” sabun lulur dari rempah-rempah herbal, sabun mandi, sabun cuci, dan lainnya (Wawancara dengan Bapak Warsito 10

November 2021).

Dalam menarik hati donatur, Solo peduli juga memberikan hadiah bagi yang mau berdonasi. Hanya dengan donasi sebesar Rp10.000 donatur mendapatkan majalah Smarteen. Dan bagi yang berdonasi sebesar Rp15.000 akan diberikan majalah Hadila. Pemberian majalah ini akan terus diberikan selama donatur masih memberikan donasinya.

3) Pelaksanaan Strategi

Pelaksanaan strategi dilakukan jika informasi-informasi yang didapatkan sudah lengkap dan sudah memiliki perencanaan yang matang. Ada beberapa hal yang dilakukan dalam pelaksanaan strategi, *pertama* yaitu divisi *fundraising* mengkonfirmasi kembali kebutuhan apa yang dibutuhkan. Setelah itu kebutuhan ini disampaikan kepada tim konten. Tim konten membuat narasi dan menyampaikan kepada donatur mengenai penggalangan dana baik kepada perseorangan maupun organisasi.

Penggalangan dana dilakukan dengan dua cara yaitu baik secara *online* maupun *offline*.

a) Strategi *Fundraising Online*

1) Metode Digital

Penggalangan dana berbasis digital maksudnya yaitu semua data tentang muzaki, mustahik, dan data

penghimpunan dana tersistem pada perangkat elektronik atau komputer. Hal ini tentunya sangat memudahkan bagi para donatur maupun lembaganya sendiri. Metode *online* yaitu terdiri dari:

a) *Website*

Sekarang ini, teknologi sudah semakin modern. *Website* merupakan salah satu strategi yang dilakukan dalam penggalangan dana. Banyaknya orang yang sudah mengakses internet, menjadikan website sebagai akses dalam penggalangan dana. Dengan *website*, penggalangan dana menjadi mudah karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Melalui *website*, suatu organisasi bisa memperkenalkan program-programnya dan melakukan promosi.

Adapun alamat email dan *website* Solo Peduli adalah:

Email : info@solopeduli.com

Website : <https://solopeduli.com>

b) Sosial Media

Sosial media merupakan media daring yang bisa diakses masyarakat seluruh dunia dengan mudah dan cepat untuk saling berinteraksi maupun mencari

informasi. Solo Peduli memiliki akun media sosial di antaranya yaitu:

Instagram : @solopeduli

Facebook : Solo Peduli

Twitter : @solopeduli

Youtube : Solopeduli

Tiktok : Solopeduli

Linkedin : Solo Peduli

c) *Transfer Via ATM/Mobile Banking*

Donatur yang ingin berdonasi tetapi terkendala jarak dan waktu bisa berdonasi melalui *ATM/Mobile Banking* seperti BSI, Mega Syari'ah, Muamalat, BCA Syari'ah, Bank Jateng, BCA, Mandiri, BRI, BNI dan Danamon.

Penggalangan dana secara *online* biasanya berupa *campaign-campaign* yang terdapat pada *website*, dan konten-konten baik berupa gambar atau video yang tersebar dalam media sosial Solo Peduli yang disertai dengan nomor rekening Solo Peduli. *Campaign* penggalangan dana di *website* biasanya dibatasi oleh waktu. Untuk bantuan kemanusiaan, bantuan kesehatan, dan pendidikan biasanya diberi waktu satu bulan sampai dua bulan. Jika penggalangan dana sudah mencapai batas waktu, maka penggalangan dana di tutup.

b) Strategi *Fundraising Offline*

Penggalangan dana di Solo Peduli bukan hanya melalui *online* saja, akan tetapi juga *offline*. Bahkan yang menjadi kekuatan utama Solo Peduli adalah dari donasi *offline*.

Dalam proses wawancara, Bapak Sumarno mengatakan bahwa:

“Kekuatan penggalangan dana di fundraising ini ada di offline, online masih dibawahnya offline. Karena sampai sekarang ini, donatur offline sudah mencapai sekitar 26.000 donatur. Kekuatan offline terutama ada pada penjemputan dana langsung kepada donatur.”

Penjemputan dana biasa dilakukan oleh masing-masing cabang di setiap kabupatennya. Selain penjemputan dana, penggalangan dana secara *offline* juga dilakukan dengan ikut serta langsung ke dalam kegiatan-kegiatan kajian, seminar, dan lainnya. Ketika divisi *fundraising* masuk ke dalam kegiatan ini, di akhir acara mereka akan mengajak peserta untuk berdonasi sebesar Rp10.000 atau Rp15.000 dan akan diberi majalah Smarteen atau Hadila.

Selain itu ada relawan donatur yang biasa disebut dengan Duta Peduli. Duta Peduli merupakan orang-orang yang dengan suka rela mengajak dan membantu orang lain agar mau berdonasi di Solo Peduli. Setiap Duta

bertanggung jawab paling sedikit 10 donatur. Duta Peduli bertugas untuk menjaga donatur, dan mendampingi donatur agar tetap istiqomah dalam berdonasi. Bahkan ada Duta Peduli yang memiliki empat puluh sampai lima puluh donatur yang mereka *handle* bahkan lebih.

Dalam proses penelitian, peneliti berkesempatan untuk mewawancarai salah satu Duta Peduli yang mempunyai banyak donatur yang beliau *handle* hingga mendapatkan banyak penghargaan dari Solo Peduli. Beliau bernama Ibu Khikmiyati, seorang Ibu rumah tangga yang tinggal di Colomadu, Karanganyar, Jawa Tengah. Beliau dengan suka rela menjadi Duta Peduli. Ibu Khikmiyati memiliki sekitar 150 donatur yang beliau tangani. Ibu Khikmiyati sudah menjadi Duta Peduli sejak tahun 2015 hingga sekarang.

Dalam wawancara dengan Ibu Khikmiyati, beliau mengatakan:

“Iya saya sudah jadi Duta Peduli sejak tahun 2015 mbak. Awalnya ada tetangga nawarin majalah Hadhila kok bagus, terus saya ikut infaq, dulu masih 10 ribu itu. 2015 Oktober saya liat ada perekrutan Duta Peduli, minimal ngumpulin 5 donatur. Terus saya tertarik, ya saya ngajak ibu-ibunya temen sekolah anak saya mbak sambil nunggu jemput anak sekolah”.

Ibu Khikmiyati dengan suka rela menjadi Duta Peduli

tanpa gaji sepeserpun. Hal yang membuat beliau tertarik yaitu karena kesadaran dan paham akan ilmu agama mengenai bersedekah. Beliau paham hukum dan pahalanya orang bersedekah apalagi yang mengajak. Sebagai Duta Peduli, Ibu Khikmiyati mempunyai tugas untuk menjemput dana para donatur yang berada dibawahnya. Setiap hari Jum'at minggu kedua di setiap bulannya, dana dari semua donatur yang *dihandlenya* sudah harus terkumpul dan diserahkan langsung ke kantor Solo Peduli.

Donatur Ibu Khikmiyati tidak hanya ada di sekitar tempat tinggalnya saja, akan tetapi banyak juga yang berasal dari luar kota bahkan luar negeri. Ibu Khikmiyati mendapatkan kontak-kontak mereka dari mulut ke mulut. Mereka dengan sepenuh hati meletakkan kepercayaannya kepada Ibu Khikmiyati. Dalam memproses dana pun, Ibu Khikmiyati bersama Solo Peduli juga transparan, sehingga mereka percaya. Setiap menyetorkan dana, Ibu Khikmiyati mendapatkan bukti kwitansi yang selanjutnya kwitansi bersama dengan hadiah berupa majalah Smarteen atau Hadhila akan diserahkan kepada donatur yang sudah berdonasi.

Ibu Khikmiyati mengatakan:

Setiap ada donatur yang berdonasi saya catat satu-satu, Terus saya kasih klip. Kalau sudah terkumpul semua baru saya setorkan ke Solo Peduli setiap hari Jum'at minggu kedua. Nanti saya dikasih kwitansi transfer bagi donatur yang jauh-jauh, terus saya minta majalah hadhila dan smarteen untuk diberikan kepada donatur. Prosesnya transparan, jadi Insyallah bisa dipercaya.” (Wawancara dengan Ibu Khikmiyati, 3 Oktober 2022).

Para Duta Peduli dalam menjalankan tugasnya benar-benar atas kesadaran dari hatinya, mereka tidak diberi hadiah maupun gaji. Akan tetapi, Solo Peduli selalu memberikan apresiasinya dengan cara membuat pertemuan setiap setahun sekali dengan mengumpulkan para Duta di setiap Kabupaten. Dalam acara itu bisa berupa banyak kegiatan, seperti *outbond* atau hanya acara pertemuan dan makan bersama. Solo Peduli juga memberikan kepeduliannya ketika ada Duta yang membutuhkan bantuan atau sedang tertimpa musibah, maka Solo Peduli tidak segan memberikan bantuan kepada mereka.

Selain itu, penggalangan secara *offline* biasanya waktunya cenderung lebih lama. Walaupun penggalangan secara *online* sudah ditutup, penggalangan secara *offline* masih bisa terus terbuka bagi donatur yang masih ingin berdonasi. Inilah mengapa *fundraising offline* yang

menjadi kekuatan penyumbang dana bagi Solo Peduli
(Wawancara dengan Bapak Warsito, 25 Agustus 2022).

1. Penyaluran Donasi

Dalam kegiatan kemanusiaan biasanya penyaluran dilakukan oleh pihak Solo Peduli. Sedangkan dalam penyaluran bantuan untuk korban bencana, bisa disalurkan oleh pihak Solo Peduli dan juga para donatur yang ingin melihat langsung keadaan di lokasi terjadinya bencana.

Solo Peduli sangat terbuka dalam penyaluran bantuan kepada mustahiq. Dalam kasus bencana alam, Solo Peduli akan terus mengabarkan kepada donatur melalui dokumentasi rekaman mulai dari tahap peninjauan ke lokasi bencana, penyaluran bantuan, hingga situasi sudah mulai aman.

Mengenai dana yang disalurkan, untuk dana hasil penggalangan dari *campaign* di *website*, jika dana yang didapatkan belum mencapai target atau belum pantas untuk didonasikan padahal waktunya sudah ditutup, maka dana akan diambilkan dari dana kemanusiaan yang didapat dari penggalangan *offline*. Jadi dana yang disalurkan kepada penerima manfaat harus memenuhi faktor kepantasan.

4) Evaluasi Strategi

Tahap akhir dalam suatu manajemen strategi adalah melakukan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana kinerja karyawan maupun tujuan-tujuan atau target dalam suatu perusahaan. Dalam divisi *fundraising*, baik itu *online* maupun *offline* setiap orang memiliki tanggungan untuk mendapatkan dana minimal sebanyak 50 juta per bulannya. Jika belum tercapai, maka hal ini akan dievaluasi dengan melakukan pantauan harian pada kegiatan apa yang dilakukan divisi *fundraising* setiap harinya. Setiap orang di divisi *fundraising* akan dievaluasi, apa yang sudah dilakukan, apa yang menjadi kekurangan, dan apa saja kendalanya.

Menurut Bapak Harjito, mengatakan bahwa:

“Target dalam fundraising pasti ada, akan tetapi terkadang keadaan di lapangan berbeda, jadi hal ini mempengaruhi pencapaian target. Maka jika ada yang belum tercapai kita lakukan evaluasi, kenapa belum tercapai, sudah ada usaha atau belum, dan kami lakukan pantauan harian.” (Wawancara bersama Bapak Harjito, 2 September 2022).

c) Pencapaian Target Program *Fundraising*

Setiap cabang dari kantor Solo Peduli di setiap kabupaten diberi target masing-masing. Baik itu *fundraising online* maupun *offline*, mereka mempunyai target, akan tetapi targetnya berbeda-beda. Cara menentukan target programnya yaitu dengan

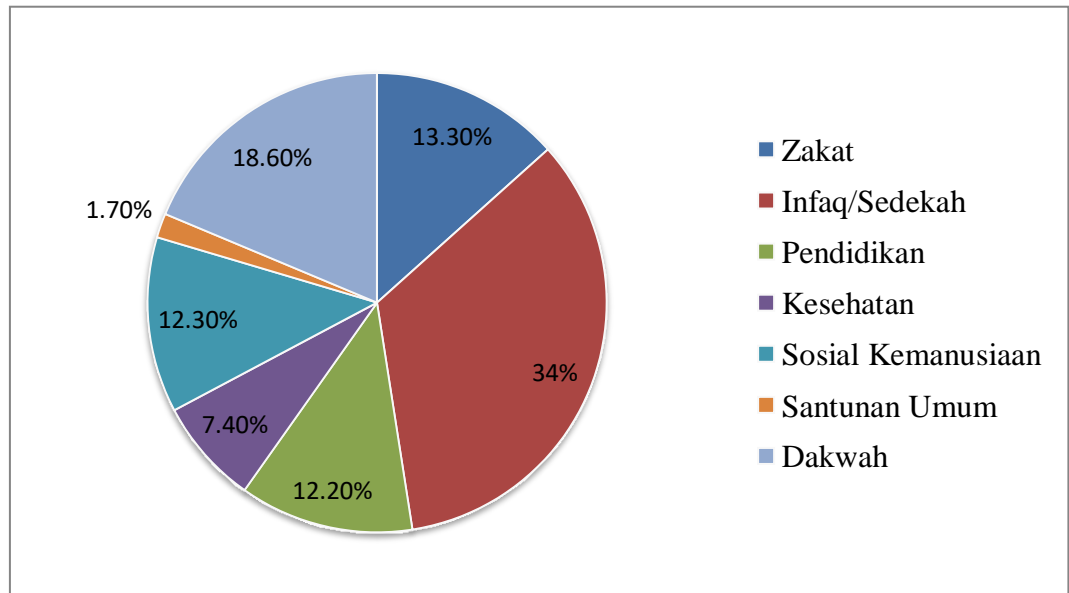
mengambil 5 program terbesar dengan menggunakan teori Pareto. Lima program ini diambil 20 % dari keseluruhan jumlah program-program yang ada di Solo Peduli.

Bapak Harjito dalam wawancara mengatakan bahwa:

“Susah kalau kita mengambil atau menjual seluruh program yang ada di Solo Peduli, karena jumlahnya banyak sekali. Jadi kita fokus ke lima program ini. Jika di tengah jalan ada yang berdonasi untuk selain yang lima program ini ya kita anggap sebagai bonus. Apakah bonus ini masuknya di dana kemanusiaan atau bencana atau yang lainnya. Dana ini nanti akan digunakan untuk melengkapi program-program yang sekiranya masih kekurangan atau membutuhkan dana yang lebih banyak.”

Target Solo Peduli ada dua yaitu target program dan target *fundraising*. Target Program Solo Peduli disusun dalam Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan (RKAT). Di dalam RKAT terdapat target-target yang harus dicapai untuk tiap-tiap cabang. Program-program dalam RKAT ini dibagi menjadi 2 yaitu program reguler dan program *accidental*. Program-program reguler yaitu meliputi zakat, SMK gratis, beasiswa dimana program-program ini memiliki target untuk setiap bulannya. Program-program *accidental* tetap yaitu seperti ramadhan dan qurban. Berikut proporsi penghimpunan program-program di Solo peduli tahun 2021:

Gambar 4.2
Proporsi penghimpunan program-program di Solo peduli tahun
2021



Sumber: Annual Report, 2021

Sedangkan untuk target *fundraising*, setiap orang di divisi *fundraising* untuk setiap cabang bertanggungjawab untuk mengumpulkan minimal 50 juta per orang dalam satu bulan. Target program maupun *fundraising* memang sudah ditentukan, akan tetapi kenyataan di lapangan tidak selalu seperti apa yang kita harapkan. Solo Peduli selalu menerima bentuk apapun dan program manapun yang paling banyak diminati masyarakat.

Penentuan target dalam penghimpunan dana tentunya juga ada pengaruh dari pasar yang dituju dalam penggalangan dana. Setelah menentukan jumlah besarnya dana dalam program, selanjutnya adalah menentukan sasaran. Tidak semua kalangan menjadi target sasaran dalam penggalangan dana. Donatur yang

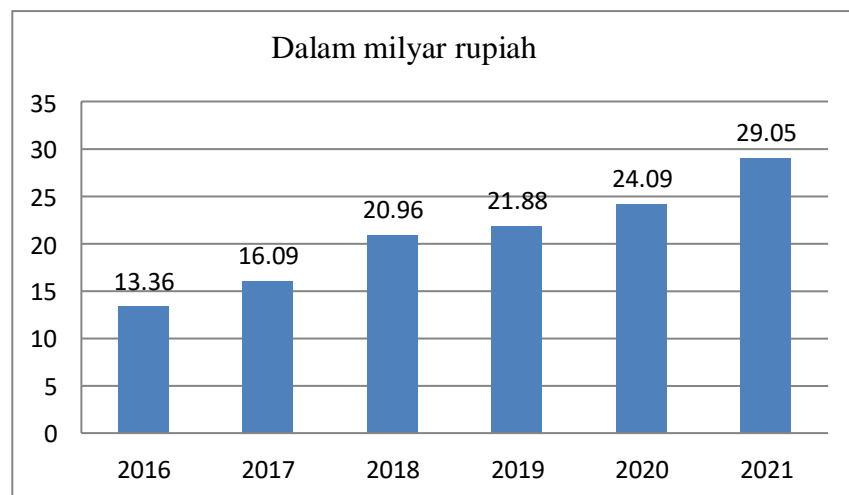
menjadi sasaran di perhitungkan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).

Business Model Canvas, yaitu menentukan sasaran penggalangan dana dengan menentukan programnya apa dan segmennya apa. Tergantung pada programnya dulu atau segmennya terlebih dahulu yang ditentukan. Jika yang kita temukan adalah programnya dulu, maka selanjutnya kita tentukan siapa yang menjadi target sasarnya. Jika yang kita lihat adalah segmennya maka selanjutnya adalah menentukan program apa yang cocok untuk mereka (Wawancara dengan Bapak Harjito, 2 September 2022).

Penggalangan dana di Solo Peduli untuk tiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Tercapainya target tentunya tidak semata-mata didapat dari para donatur reguler di setiap programnya. Solo Peduli memiliki donatur utama yang rutin memberikan donatur dalam jumlah besar untuk setiap tahunnya. Donatur utama ini yaitu para perusahaan-perusahaan besar yang membayar zakat perusahaan. Dalam hasil Ijtima' Ulama Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia menyatakan pemegang saham dan perusahaan wajib mengeluarkan zakat (Wawancara dengan Bapak Harjito 10 November 2022).

Gambar 4.3

Komparasi Penghimpunan dan Penyaluran Solo Peduli Tahun
2016-2021



Sumber: Annual Report, 2021

2. Kendala dalam Fundraising

Solo Peduli dalam menjalankan strategi *fundraising* tidak selalu berjalan sesuai dengan rencana. Kendala baik itu dari penggalangan dana maupun dari donatur pun pasti ada. Menurut Bapak Harjito, berikut ini kendala-kendala yang dihadapi Solo Peduli dalam melakukan penggalangan dana:

a. Komitmen Eksekusi

Dalam *fundraising offline*, komitmen dan keistiqomahan menjadi tantangan yang besar bagi divisi *fundraising*. Setiap orang di divisi *fundraising* setiap harinya memiliki aktifitas yaitu harus bertemu dengan minimal 20 orang sesuai dengan wilayahnya, entah

itu menjemput dana, ekspansi, atau silaturahmi, atau yang lainnya. Keistiqomahan ini yang menjadi kendala. Jika tidak istiqomah maka tidak tercapai karena *fundraising* berkaitan dengan marketing, dan marketing berkaitan dengan target penghimpunan dana.

b. Mengatasi Penolakan

Dalam melakukan pertemuan dengan 20 orang itu tidak mungkin semua itu melakukan donasi, maka dari itu orang-orang *fundraising* harus memiliki ketahanan mental yang kuat dalam mengatasi penolakan-penolakan.

c. *Selling* (Menjual/Menyampaikan Informasi)

Divisi *fundraising* mempunyai tantangan untuk menjual atau menyampaikan informasi agar calon donatur tersentuh dan mau berdonasi. Hal ini tentunya berkaitan dengan konten yang dibuat. Konten harus menarik dan mampu membuat orang-orang bersimpati.

d. Digitalisasi

Solo Peduli sudah memulai semuanya dengan digital, Semuanya sudah berjalan secara digital, tidak ada yang tulis menulis. Donatur yang berdonasi sudah mendapatkan *print portable*. Digitalisasi yang perlu disampaikan untuk donatur baik itu aplikasi, laporan berbasis *realtime*, *website*, hal ini masih menjadi tantangan tersendiri. Harapannya, dengan adanya kontak person, para donatur bisa terlayani semuanya baik terlayani secara sistem maupun personal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan di atas, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi *fundraising* di Solo Peduli dilakukan dengan dua cara yaitu secara *online* dan *offline*. *Fundraising online* yaitu dengan menggunakan sosial media, *website*, dan transfer melalui *ATM/Mobile Banking*. Sedangkan *fundraising offline* yaitu dilakukan dengan cara melakukan penjemputan dana secara langsung kepada para donatur. Dalam penjemputan ini dibantu oleh “Duta Peduli” yaitu relawan jemput dana yang dengan suka rela tanpa dibayar sepeserpun untuk mengajak orang berdonasi dan menjemput dana. Selain itu ada juga strategi dalam membuat inovasi produk dan konten yang dibuat semenarik mungkin untuk menarik simpati masyarakat.
2. Kendala yang dihadapi Solo Peduli dalam melakukan penggalangan dana yaitu **pertama** komitmen eksekusi, dimana divisi *fundraising* harus berkomitmen dan istiqomah untuk melakukan pertemuan dengan 20 orang untuk setiap harinya dalam kegiatan apapun. **Kedua** mengatasi penolakan karena dalam pertemuan dengan 20 orang tersebut tidak mesti semuanya mau berdonasi, maka dari itu divisi *fundraising* harus kuat mental. **Ketiga** *Selling* (menjual atau menyampaikan) informasi mengenai konten yang

dibuat maka dari itu harus menarik. **Keempat** digitalisasi yang perlu disampaikan untuk donatur baik itu aplikasi, laporan berbasis *realtime*, *website*, ini masih menjadi tantangan tersendiri.

B. Saran-saran

1. Untuk divisi *fundraising* diharapkan lebih meningkatkan penggalangan dana secara *online*, karena teknologi yang semakin canggih Solo Peduli harus mampu mengimbangi lembaga-lembaga sosial di luar sana.
2. Bagi penulis, penulis menyadari bahwa penulisan ini tidaklah sempurna, maka dari itu penulis akan terus belajar dan mengembangkan diri agar tulisan-tulisan berikutnya bisa lebih baik dan bermanfaat bagi orang lain.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini bisa dikaji lebih mendalam lagi. Oleh karena itu penelitian ini masih sangat terbuka karena penggalangan dana *online* dengan digital pastinya akan terus maju seiring dengan kemajuan teknologi dari masa ke masa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofar. (2018). *Tiga Kunci Fundraising*. Gramedia pustaka.
- Abidin, H. (2009). , *Membangun kemandirian perempuan potensi dan pola derma untuk pemberdayaan perempuan, serta strategi penggalangannya*. PIRAMEDIA.
- Afiyanti Y. (2008). Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*.
- Agung Setiawan, Novi Mubyarto, A. P. giuk. (2018). Strategi Optimalisasi Fundraising Dana Zakat di Lembaga Amil Zakat OPSEZI (tahun 2011-2015). *IJIEB*, 3.
- Apriliansi, F. T. (2021). Inovasi Sosial Strategi Fundraising Sekolah Relawan. *Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3.
- Aprizal. (2015). *Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat Pada LAZ Al-Azhar Peduli Umat*.
- BPS. (2021a). *Persentase Penduduk Miskin September 2020 naik menjadi 10,19 persen*. Badan Pusat Statistik.
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/15/1851/persentase-penduduk-miskin-september-2020-naik-menjadi-10-19-persen.html>
- BPS. (2021b). *Profil Kemiskinan Di Indonesia September 2020*. Berita Resmi Statistik No. 16/02/Th. XXIV. <https://www.bps.go.id/website/images/Profil-Kemiskinan-di-Indonesia-September-2020-ind.jpg>
- Burham, B. and. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo Persada.
- Burhan, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Kencana.
- Ernawati. (2018). Jaringan Pengelolaan Zakat Untuk Pertumbuhan Industri Keuangan Non Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Hafidhuddin, D. (1998). *Panduan Praktis tentang Zakat, Infak, dan Sedekah*. Gema Insani.
- Hanun, N. (2018). Analisis Kemiskinan dan Ketimpangan Distribusi Pendapatan di Kota Langsa (Studi Kasus Gampong Matang Seulimeng). *Samudra Ekonomika*, 2, 157.
- Hasan, M. (2011). *Manajemen Zakat: Model Pengelolaan Yang Efektif*. Idea Press.
- Hasibuan, M. S. P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi* Jakarta: Bumi Aksara.

- Hermawan, S. (2020). *Manajemen Strategi Dan Resiko* (Sidoarjo). UMSIDA Press.
- Hery. (2017). *Pengantar Manajemen*. Gava Media.
- Huda, N. (2015). *Ekonomi Pembangunan Islam*. Kharisma Putra Utama.
- Ibrahim, N. M. (2019). *STRATEGI FUNDRAISING BERBASIS MEDIA SOSIAL DI BAITUL MAAL HIDAYATULLAH (BMH) PERWAKILAN BENGKULU*. IAIN Bengkulu.
- Indranata, I. (2008). *Pendekatan Kualitatif Untuk Pengendalian Kualitas*. UI Press.
- Juliansyah, E. (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 3.
- Juwaini, A. (2005). *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*. PIRAMEDIA.
- Kemenag. (2009). *Manajemen Pengelolaan Zakat*. Direktorat Pemberdayaan Zakat.
- Khairina, N. (2019). Analisis Pengelolaan Zakat, Infaq, Dan Sedekah (ZIS) Untuk Meningkatkan Ekonomi Duafa (Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan). *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, IV, 166.
- Kholis Nur, D. (2013). POTRET FILANTROPI ISLAM DI PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Ekonomi Islam*, VII, 62.
- Manab, A. (2015a). *Penelitian Pendidikan* (1st ed.).
- Manab, A. (2015b). *Penelitian Pendidikan* (K. Aibak (ed.); 1st ed.). Kalimedia.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12.
- Miftahudin. (2005). *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial*. Pustaka Pelajar.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Tjun Surjaman (ed.)). PT Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. (2000). *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah dengan Ilustrasi dibidang Pendidikan* (1st ed.). Gajah Mada Universitas Press.
- Perdana, B. A. (2020). *Pola Fundraising Dana Infak Dan Sedekah Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Jamaah Pada LAZIS Masjid Raya Bintaro Jaya*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Prayitno, B. (2008). *Optimalisasi Pengelolaan Zakat Pada Badan Amal Zakat Daerah*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Rokhim, N. A. (2019). Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising. *Jurnal Al Balagh*, 4.
- Sadikin, dkk. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. K-Media.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Pustaka Ramadhan.
- Sinambela, L. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja*. PT Bumi Aksara.
- Sobur, A. (2018). *Analisis Teks Media*. PT Remaja Rosdakarya.
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana Prasada.
- Solopeduli. (2021). *Annual Report LAZ Solo Peduli 2021*.
- Solopeduli. (2022). *Yayasan Solo peduli*. Solo Peduli. solopeduli.com
- Sufiyah, W., & Rohman, A. (2019). *Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Dalam Mendapatkan Muzakki Dan Munfaqin (Studi Kasus Lazismu Pamekasan)*. 10.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Susilawati, N. (2018). Analisis Model Fundraising Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Zakat. *IAIN Bengkulu*, 4.
- Syahrullah, M. A. (2018). *Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat*. Universitas Islam Negeri Syarifhidayatullah Jakarta.
- Wasiso, A. (2010). *Strategi Pemasaran Lembaga Zakat Pada Laziz (Solo Peduli) Di Surakarta*. UMS.
- Yuliar, A. (2021). ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT DI ERA DIGITALISASI. *Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 2, 72.
- Yusuf, R. Y. (2018). *Strategi Fundraising Di LAZNAS Dompot Dhuafa Jawa Tengah*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Zaimah, N. R. (2017). *Analisis Progresif Skema Fundraising Wakaf dengan Pemanfaatan E-Commerce di Indonesia*. UIN Sunan Ampel Surabaya.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA**1. Informan: Bapak Harjito selaku Direktur divisi fundraising****Pedoman wawancara**

- a. Bagaimana sejarah berdirinya Yayasan Solo Peduli serta apa visi dan misinya?
- b. Apa langkah-langkah yang dilakukan dalam penggalangan dana jika ada bencana atau panggilan bantuan kemanusiaan?
- c. Apakah setiap program memiliki targetnya masing-masing?
- d. Apakah dalam penggalangan dana semua kalangan masyarakat menjadi sasarannya atau tidak?
- e. Bagaimana bentuk evaluasi jika target-target belum tercapai?
- f. Apa saja kendala yang dihadapi baik dari fundraising maupun donatur?

2. Informan:

Bapak Sumarno : Manajer *fundraising offline*

Bapak Warsito : Manajer *fundraising online*

Pedoman Wawancara

- a. Apa saja langkah-langkah yang dilakukan Solo Peduli sebelum melakukan *fundraising*?
- b. Bagaimana penerapan strategi *fundraising* di Yayasan Solo Peduli?
 - 1) Strategi *fundraising* melalui media sosial / *online*
 - 2) Strategi *fundraising* yang dilakukan langsung di lapangan / *offline*

- c. Kapan waktu yang tepat yang dilakukan Yayasan Solo Peduli dalam melakukan penggalangan dana?
- d. Dimana Yayasan Solo Peduli biasa melakukan penggalangan dana?
- e. Apa saja inovasi-inovasi yang diciptakan Yayasan Solo Peduli untuk melakukan penggalangan dana?
 - 1) Inovasi program-program
 - 2) Inovasi melalui media *online*
 - 3) Inovasi untuk menarik simpati dari *muzaki* agar mau berdonasi
- f. Apa kelemahan dan kelebihan dari strategi *fundraising* yang diterapkan?
- g. Apa saja kendala yang dihadapi dalam menjalankan penggalangan dana?
- h. Bagaimana usaha Yayasan Solo Peduli dalam mencapai target penggalangan dana ditengah-tengah banyaknya lembaga sosial yang sudah ada?

3. Informan Ibu Khikmiyati salah satu Duta Peduli yang membantu menghimpun dana di Solo Peduli

- a. Bagaimana awal mula Ibu Khikmiyati bergabung sebagai Duta Peduli?
- b. Apa yang membuat Ibu Khikmiyati dengan suka rela menjadi Duta Peduli
- c. Apa saja tugas-tugas yang dilakukan Ibu Khikmiyati sebagai Duta Peduli.

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

TRANSKIP WAWANCARA**Transkrip wawancara 1**

Narasumber : Bapak Harjito

Jabatan : Direktur Fundraising

Tanggal : 2 September 2022

- a. Bagaimana sejarah berdirinya Yayasan Solo Peduli serta apa visi dan misinya?

“Jadi Solo Peduli ini berdirinya dulu itu karena krisis moneter tahun 1998 mbak. Waktu itu kan kerusuhannya besar sekali ya, dimana-mana rusuh banyak PHK jadinya banyak yang menjadi pengangguran, nah karena inilah Solo Peduli terbentuk sebagai salah satu lembaga yang ingin membantu mereka yang mengalami kesusahan. Karena pada waktu itu ekonomi juga jadi sangat buruk mbak. Solo Peduli punya banyak sekali program memang, sangat bervariasi nama-nama produknya itu. Intinya Solo Peduli ya lembaga sosial milik masyarakat Soloraya pada khususnya dan milik masyarakat Indonesia pada umumnya. Solo Peduli tidak hanya ada di Solo saja mbak, tetapi juga tersebar di seluruh Soloraya dan penyalurannya tersebar ke seluruh Indonesia bahkan luar negeri. Untuk visi dan misinya mungkin nanti bisa dicek di website ya mbak, disana sudah lengkap.”

- b. Apa langkah awal divisi *fundraising* ketika ada informasi bencana atau masalah kemanusiaan?

“Baik, ketika ada bencana salah satu aktivitas yang dilakukan *fundraising* pertama kali yaitu merespon kemanusiaan. Biasanya kita, divisi *fundraising* akan tetap bersinergi dengan divisi pendayagunaan. Ketika ada bencana, divisi pendayagunaan akan menyampaikan informasi lokasi terjadinya bencana tersebut, apakah bencana itu bencana nasional atau internasional. Nah bencana itu kan beragam mbak, ada bencana alam atau karena konflik. Ketika sudah ada informasi, maka divisi pendayagunaan akan menyampaikan sumber informasi itu didapat dari mana, karena jangan sampai berita yang disampaikan hanya hoax saja kan mbak. Kenapa begitu? Karena memang kita harus mempunyai validasi data yang akurat. Apakah berita itu berasal dari BNPB atau dari berita-berita internasional”.

“Setelah itu mbak, divisi *fundraising* menentukan konten dan *copy writing*nya, bagaimana narasi yang akan disampaikan. Jadi kami tidak langsung melakukan penggalangan dana mbak, tapi buat slogan-slogran seperti “*Pray For Palestina, Pray For Semeru*” kayak gitu untuk menarik simpati dululah dari masyarakat. Ini biasanya bisa berupa meme-meme biasa atau bahkan kalau sumber dayanya mendukung ya berupa video mbak.

“Untuk kegiatan penggalangan dana bencana alam atau bantuan kemanusiaan, kalau masih lokal biasanya dilakukan *assessment* dulu mbak, tapi kalau sifatnya nasional maka pihak Solo Peduli langsung ke sumber informasi dan meninjau kebutuhan apa saja yang diperlukan”.

- c. Apakah setiap program punya targetnya masing-masing?

“Ya tentunya semua itu ditarget mbak, itu nanti ada di RKAT. Target program ada sendiri target *fundraising* ada sendiri jadi beda mbak. Di RKAT ada proporsi tiap targetnya nanti. Kalau target *fundraising*, setiap orang di *fundraising* itu punya target harus mengumpulkan 50 juta perorang untuk setiap bulannya mbak. Jadi kalau di *fundraising* ada 3 orang, berarti 150 juta harus terkumpul setiap bulannya. Tapi balik lagi sesuai dengan wilayahnya. Dan upaya untuk mencapai itu salah satunya yaitu ada target pertemuan juga mbak. Jadi ni setiap hari kami harus ketemu dengan 20 orang, entah itu jemput dana atau silaturahmi”.

- d. Apakah dalam penggalangan dana semua kalangan masyarakat menjadi sasarannya?

“Jadi gini mbak, kita menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yaitu bisa dari menentukan programnya dulu baru siapa yang menjadi targetnya, tapi kalau kita tentukan dulu siapa targetnya ya nanti tinggal menentukan program apa yang cocok untuk mereka, gitu mbak, bisa menyesuaikan wilayahnya juga kan sumber dayanya beda-beda”.

- e. Bagaimana bentuk evaluasi jika target-target belum tercapai?

“Ya tentunya kita lakukan evaluasi ya mbak, untuk melihat kinerja karyawan ki bagaimana, terus apa kendalanya kok belum bisa tercapai, kita juga lakukan pantauan harian mbak. Soalnya kan target dalam *fundraising* pasti ada, akan tetapi terkadang keadaan di lapangan berbeda, jadi hal ini mempengaruhi pencapaian target. Maka jika ada yang belum tercapai kita

lakukan evaluasi, kenapa belum tercapai, sudah ada usaha atau belum, dan kami lakukan pantauan harian”.

- f. Apa saja kendala yang dihadapi baik dari *fundraising* maupun donatur?

“Kalau mengenai *fundraising* pertama itu soal komitmen dan keistiqomahan mbak. Lha kita setiap hari harus ketemu dengan 20 orang ya kalau tidak ada komitmen dan keistiqomahan gak bakal jalan itu mbak, jadi nati bahasanya komitmen eksekusi gitu ya. Kedua itu soal mengatasi penolakan mbak. Nah kita ketemu 20 orang sehari itu kan belum tentu berdonasi semua ya mbak, jadi ya kita harus kuat mental gak boleh nyerah, anggap saja keberhasilan yang tertunda. Ketiga soal *selling* mbak, penjualan produk. Nah ini kita harus lebih inovatif lagi dalam menjual produk-produk kita mbak. Terus yang berhubungan dengan donatur itu masalah digital mbak. Sekarang ini memang kita sudah digital semua ya sudah tidak ada yang tertulis, tapi ya mengenai aplikasi *website* gitu-gitu kita masih terus meningkatkan mbak. Kalau punya kontak person kan enak kita bisa komunikasi langsung baik secara personal maupun secara sistem. Kan mbaknya kalau donasi sudah langsung ada pesan otomatis dari sini kan, nah seperti itu.

Transkrip Wawancara 2

Bapak Sumarno : Manajer *fundraising offline*

Bapak Warsito : Manajer *fundraising online*

Tanggal : 10 November 2021

Pedoman Wawancara

1. Apa saja langkah-langkah yang dilakukan Solo Peduli sebelum melakukan *fundraising*?

“Kita lakukan respon dulu mbak jadi ndak langsung penggalangan dana.

Responnya itu ya kita pastikan dulu apa benar informasi itu, nah kalau benar kita buat konten kebutuhan, buat konten-konten meme atau video berupa tilisan doa-doa.”

2. Bagaimana penerapan strategi *fundraising* di Yayasan Solo Peduli?

- a. Strategi *fundraising* melalui media sosial / *online*

“Penggalangan dana secara online kan banyakya mbak macamnya, bisa melalui website resmi kita, media-media sosial kita, dan bisa via ATM juga. Jadi sebenarnya *online* ini lebih mudah dan efektif si mbak. Tapi ya itu di sini websitenya masih organik belum berbayar, jadi ya kadang jumlah dananya belum begitu besar, tapi *online* bukan satu-satunya jalan penggalangan dana. Kalau dana kurang diambilkan dari *offline*, begiti”.

- b. Strategi *fundraising* yang dilakukan langsung di lapangan / *offline*

Nah kalau penggalangan dana *offline* di Solo Peduli ini memang menjadi kekuatan utama mbak. Karena jumlah donatur *offline* di Solo Peduli itu

sudah sekitar 26.000 orang mbak. Ditambah lagi adanya duta peduli itu sangat membantu dalam penggalangan secara *offline*”.

3. Kapan waktu yang tepat yang dilakukan Yayasan Solo Peduli dalam melakukan penggalangan dana?

“Kalau informasi yang didapat benar-benar sudah valid dan sudah lakukan assessment, kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan sudah terkonfirmasi semua, ya kita langsung tugaskan kepada tim konten untuk membuat konten penggalangan dana mba. Kita sampaikan kepada donatur informasi-informasi ini”.

4. Dimana Yayasan Solo Peduli biasa melakukan penggalangan dana?

“Penggalangan dana *offline* biasanya ya kita ikut dalam kajian-kajian gitu mbak, atau seminar-seminar yang melibatkan banyak orang seperti itu, Kalau *online* ya di media sosial, *website*, terkadang kita juga buka donasi di *websitenya* kitabisa.com mbak”.

5. Apa saja inovasi-inovasi yang diciptakan Yayasan Solo Peduli untuk melakukan penggalangan dana?

- a. Inovasi program-program

“Inovasi program banyak ya mbak. Kita punya banyak sekali program-program. Bahkan kalau orang mau berdonasi apapun itu kita tetap terima. Inovasi Abon Djoss setiap setahun sekali pas qurban juga ada mbak, jadi daging tidak disalurkan mentah tapi dalam bentuk abon biar tahan lama”.

- b. Inovasi melalui media *online*

“Ya paling di media sosial itu ya mbak, dengan teknologi kan sekarang semuanya jadi lebih mudah”.

- c. Inovasi untuk menarik simpati dari *muzaki* agar mau berdonasi

“Untuk menarik simpati orang itu pertama mungkin di konten ya mbak, kalau informasi dan isi yang di konten bagus mampu menarik simpati orang pasti nanti banyak yang berdonasi, terlebih lagi bencana yang sangat besar dan viral pasti akan banyak donasinya”.

6. Apa kelemahan dan kelebihan dari strategi *fundraising* yang diterapkan?

“Setiap *fundraising* pasti ada kelemahan dan kelebihannya masing-masing mbak baik *online* maupun *offline*, ya seperti yang sudah kita sampaikan tadi ya”.

7. Apa saja kendala yang dihadapi dalam menjalankan penggalangan dana?

“Harus istiqomah dalam menghimpun dana si mbak, teknologi yang masih organik juga, kadang masyarakat yang belum paham soal teknomogi juga kadang menjadi kendala kita”.

8. Bagaimana usaha Yayasan Solo Peduli dalam mencapai target penggalangan dana ditengah-tengah banyaknya lembaga sosial yang sudah ada?

“Ya kita yakin saja mbak, kita sudah memberikan pelayanan yang bagus, sertifikasi dan prestasi-prestasi kita juga sudah banyak jadi ya Insyaallah bisa dipercaya”.

Transkrip Wawancara 3

Narasumber : Ibu Khikmiyati

Jabatan : Duta Peduli

Tanggal : 3 Oktober 2022

1. Bagaimana awal mula Ibu Khikmiyati bergabung sebagai Duta Peduli?
 - a. Apa yang membuat Ibu Khikmiyati dengan suka rela menjadi Duta Peduli?

“Awalnya itu sudah dari tahun 2017 mbak. Waktu itu saya Cuma ibu rumah tangga biasa yang tiap hari jemput anak mbak. Nah suatu saat ada yang nawarin majalah Hadila, saya abaca-baca kok bagus. Akhirnya saya tertarik untuk ikut berdonasi. Terus pas tahun 2017 itu ada perekrutan duta peduli. Awalnya ya saya izin dulu sama suami mbak, terus kata suami ya boleh-boleh saja asalkan jangan tinggalkan kewajiban. Lagian saya juga agak malu ya mbak kalo Cuma donasi Rp15.000 perbulan. Nah kalau saya ikutan Duta Peduli kan saya bisa ngajak-ngajak temen untuk berdonasi jadi dana donasi yang disetorkan ke Solo Peduli lumayan banyak mbak. Ajakan donasi saya lakukan hanya dengan mulut ke mulut mbak, akhirnya makin banyak yang ikut berdonasi, bahkan donatur saya itu banyak yang sari luar kota bahkan luar negeri”.

- b. Apa saja tugas-tugas yang dilakukan Ibu Khikmiyati sebagai Duta Peduli.

“Tugas saya sebagai duta itu yang paling utama adalah menjemput dana mbak, Biasanya saya jemputin dana kalau sore. Jika dana sudah

terkumpul semua nanti di hari Jum'at minggu kedua setiap bulannya saya setorkan ke Solo Peduli mbak. Nanti disana diprintkan bukti transfERNYA terus sekalian saya ambil majalah Hadila mbak, tapi ya tidak begitu banyak karena gak semua orang suka baca majalah mbak”.

- c. Apa yang membuat Ibu Khikmiyati dengan suka rela menjadi Duta Peduli?

“Mungkin ini ya mbak, pahala orang yang bersedekah itu kan banyak, sedekahnya seikhlasnya Rp10.000 boleh Rp15.000 boleh tapi insyaallah nanti pahalanya besar. Nah mungkin karena saya paham ya mbak mengenai hukumnya pahalanya begitu. Membantu orang itu kan baik mbak, nanti dikemudian hari pasti kita juga akan dibantu oleh orang lain. Terus mungkin karena saya dulu kuliah di akuntansi ya mbak, jadi pas catat-catat uang donatur di buku itu rasanya senang sekali mbak. Terus juga itung-itung biar donasinya tidak terlihat dikit banget kalau bareng-bareng sama donatur lain”.

Lampiran 3 Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
 FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
 Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781515 Fax. (0271) 782774
 Homepage : fud.iain-surakarta.ac.id E-mail : fud@iain-surakarta.ac.id

Nomor : B-1883/Un.20/F.I/PP.01.1/06/2022 Surakarta, 08 Juni 2022
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth
Kepala Yayasan Solo Peduli Ummat
 Jl. Merdeka Timur, Mojosongo, Kab. Boyolali, Jawa Tengah.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Islah., M. Ag
 NIP : 19730522 200312 1 001
 Pangkat : Pembina/(IV/a)
 Jabatan : Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
 UIN Raden Mas Said Surakarta

Memohon izin Penelitian bagi mahasiswa kami:

Nama : Coiromi Akshah
 NIM : 181231024
 Prodi : Manajemen Dakwah

Waktu : 09 Juni – 09 Juli 2022
 Lokasi : **Yayasan Solo Peduli Ummat**
 Judul : Strategi Fundraising Dalam Mencapai Target Pelaksanaan
 Program-Program Peduli Umat Di Yayasan Solo Peduli

Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dr. Islah., M. Ag
 NIP 19730522 200312 1 001

Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara

Wawancara dengan Bapak Sumarno dan Bapak Warsito



Wawancara dengan Ibu Khikmiyati Duta Peduli



Lampiran 5 Dokumentasi Observasi

Promosi produk-produk Solo Peduli dalam acara seminar mengenai perekonomian di Hotel Syariah Solo



Penyaluran bantuan di Karangnom Klaten



Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

Data Pribadi

Nama : Coiromi Akshah
Tempat dan tanggal lahir : Klaten, 27 Desember 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Bangsa dan Agama : Indonesia / Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat rumah : Winong 01/08, Krakitan, Bayat, Klaten

Riwayat Pendidikan

TK Pertiwi Krakitan Tahun 2005-2006

SDN 1 Krakitan Tahun 2006-2012

SMP N 5 Klaten Tahun 2012-2015

MAN 2 Klaten Tahun 2015-2018

UIN Raden Mas Said Surakarta Tahun 2018-sekarang