

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi

##### 1. Pengertian Strategi

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) strategi diartikan sebagai suatu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>35</sup> Adapun secara etimologi, kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang terdiri dari dua suku kata yaitu *stratos* yang berarti militer dan *ag* yang berarti memimpin. Secara makna, kata ini mengandung arti kepemimpinan dalam konteks militer yang berfokus pada perencanaan penggunaan sumber daya untuk memenangkan peperangan.<sup>36</sup>

Sedangkan secara terminologi, sejumlah ahli telah mengemukakan pandangannya mengenai pengertian strategi. Menurut Stephanie K. Marrus, strategi adalah suatu proses penentuan rencana oleh para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara atau upaya agar tujuan tersebut dapat tercapai.<sup>37</sup> Sementara itu, Philip Sadler mendefinisikan strategi sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan bagaimana suatu organisasi akan mencapai tujuannya.<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> KBBI, "Strategi," accessed April 12, 2025, <https://www.kbbi.web.id/strategi>.

<sup>36</sup> As'ad and Fridiyanto, *Manajemen Strategik: Visionary Leadership, Dinamika Organisasi, Dan Keunggulan Kompetitif (Dilengkapi Hasil Penelitian Di Perguruan Tinggi Islam)* (Malang: Literasi Nusantara, 2021), 5-6.

<sup>37</sup> Abd. Rahman Rahim and Enny Radjab, *Manajemen Strategi* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2016), 4.

<sup>38</sup> Ahmad Johan and Tanty Sondari, *Strategi Pemasaran* (Sumedang: Mega Press Nusantara, 2024).

Jadi secara singkat strategi dapat diartikan sebagai rencana atau langkah-langkah yang dirancang secara sistematis oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan tertentu.

## 2. Fungsi Strategi

Menurut Roni Angger Aditama dalam bukunya, pada dasarnya fungsi utama dari strategi adalah merancang langkah-langkah yang dapat diterapkan secara efektif. Dalam hal ini, strategi memiliki 6 (enam) fungsi penting, yaitu:<sup>39</sup>

- a. Menyampaikan visi atau tujuan yang ingin dicapai kepada pihak lain secara jelas.
- b. Menghubungkan keunggulan organisasi dengan peluang serta kondisi lingkungan yang ada di sekitarnya.
- c. Memanfaatkan keberhasilan yang telah dicapai saat ini sekaligus mencari dan mengevaluasi peluang baru untuk pengembangan ke depan.
- d. Menghasilkan serta mengembangkan sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan yang saat ini dimiliki atau digunakan.
- e. Mengarahkan dan menyelaraskan berbagai aktivitas organisasi ke arah tujuan masa depan.
- f. Menanggapi serta menyesuaikan diri terhadap berbagai situasi dan perubahan baru yang terjadi seiring waktu.

---

<sup>39</sup> Roni Angger Aditama, *Manajemen Strategi: Teori, Aplikasi, Dan Studi Kasus* (Malang: AE Publishing, 2023), 6.

### 3. Implementasi Strategi

Implementasi strategi merupakan proses menjalankan rencana bisnis dan mengubah strategi yang telah dirumuskan menjadi tindakan nyata. Proses ini mencakup beberapa tahapan berikut:<sup>40</sup>

- a. Pengalokasian sumber daya, yaitu mendistribusikan sumber daya seperti tenaga kerja, dana, dan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan strategi.
- b. Perencanaan terperinci, yakni merancang secara rinci bagaimana strategi akan diimplementasikan, termasuk penetapan tugas, tanggung jawab, serta jadwal pelaksanaan.
- c. Eksekusi, yaitu melaksanakan strategi dan menjalankan tugas-tugas yang telah dirancang dalam perencanaan terperinci.
- d. Pemantauan dan evaluasi, yang mencakup proses mengawasi dan menilai kemajuan pelaksanaan strategi guna memastikan bahwa strategi dijalankan dengan benar dan mampu mencapai tujuan.

#### **B. Fundraising**

##### 1. Pengertian *Fundraising*

*Fundraising* berarti pengumpulan dana dan orang yang mengumpulkan dana disebut *fundraiser*.<sup>41</sup> Dalam KBBI yang dimaksud dengan pengumpulan adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan, perhimpunan, dan pengerahan.<sup>42</sup> *Fundraising* dapat diartikan sebagai

---

<sup>40</sup> Yasnimar Ilyas and Mujito, *Manajemen Strategik (Implementasi Strategi Dalam Organisasi Dan Bisnis)* (Yogyakarta: Selat Media Partners, 2023), 15.

<sup>41</sup> Yessi Rachmasari, Soni A. Nulhaqim, and Nurliana C. Apsari, *Strategi Fundraising: Konsep Dan Implementasi* (Bandung: UNPAD Press, 2016), 16.

<sup>42</sup> KBBI, "Pengumpulan," accessed May 5, 2025, <https://kbbi.web.id/kumpul>.

kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat baik itu individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah. Dana dan sumber daya yang terkumpul kemudian dimanfaatkan untuk mendukung pembiayaan program serta kegiatan operasional lembaga, yang pada akhirnya bertujuan untuk mewujudkan misi dan tujuan dari lembaga tersebut. *Fundraising* juga diartikan sebagai proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.<sup>43</sup>

*Fundraising* selalu melibatkan proses mempengaruhi yang meliputi kegiatan memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, atau merayu, dan melakukan penguatan (*strengthening*) apabila tindakan-tindakan sebelumnya belum berhasil. *Fundraising* erat kaitannya dengan kemampuan perseorangan, organisasi, dan badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain sehingga menimbulkan kesadaran, kepedulian, dan motivasi untuk membayar zakat, mensedekahkan atau menginfakkan hartanya.<sup>44</sup>

## 2. Tujuan *Fundraising*

Menurut Ahmad Juwaini sebagaimana telah dikutip oleh Nur Kasanah dalam bukunya, tujuan *fundraising* adalah sebagai berikut:<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Aminol Rosid Abdullah, *Manajemen ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Dan Wakaf)* (Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup, 2021), 99.

<sup>44</sup> Nurfiah Anwar, *Manajemen Pengelolaan Zakat* (Bogor: Lidan Bestari, 2022), 96.

<sup>45</sup> Nur Kasanah, *Model Filantropi Nahdliyin: Menghimpun Infak Menebar Manfaat Melalui Gerakan Koin NU* (Indramayu: Penerbit Adab, 2021), 33.

- a. Menghimpun dana merupakan tujuan *fundraising* yang paling mendasar.
- b. Menambah jumlah populasi donatur dan meningkatkan nominal donasi.
- c. Menghimpun simpatisan atau pendukung, karena mereka yang telah memiliki kesan positif terhadap lembaga, meskipun tidak memberikan donasi, akan tetap memberikan dukungan dan menunjukkan loyalitas tinggi, yang pada akhirnya bermanfaat sebagai jaringan informal bagi lembaga tersebut.
- d. Membangun citra atau *brand image* lembaga.
- e. Memberikan kepuasan donatur, karena ini akan mempengaruhi donasi mereka pada lembaga.

### 3. Metode *Fundraising*

Metode *fundraising* diartikan sebagai pola, bentuk, atau cara-cara yang dilakukan oleh *fundraiser* dalam rangka menghimpun dana atau sumber daya dari masyarakat. Metode ini pada dasarnya dibagi menjadi dua jenis, yaitu metode langsung (*direct*) dan metode tidak langsung (*indirect*) sebagaimana berikut:<sup>46</sup>

#### a. Metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*)

Metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*) adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung.<sup>47</sup> Dengan metode ini apabila muncul keinginan dari calon donatur untuk melakukan donasi

---

<sup>46</sup> Faozan Amar, *Digital Fundraising Zakat* (Daerah Istimewa Yogyakarta: IB Pustaka, 2023), 39.

<sup>47</sup> Ibid.

setelah menerima promosi dari *fundraiser* lembaga, maka proses donasi dapat segera dilakukan dengan mudah karena seluruh informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi telah tersedia.<sup>48</sup> Contoh penerapan metode ini antara lain melalui *direct* mail, yakni surat atau brosur yang dikirimkan langsung kepada calon donatur berisi ajakan berdonasi dan informasi cara melakukannya; *direct advertising*, yakni iklan yang secara langsung mengajak masyarakat untuk berdonasi melalui media cetak, elektronik, maupun digital; *telefundraising*, yakni penggalangan dana melalui panggilan telepon kepada calon donatur untuk menyampaikan ajakan dan instruksi donasi secara langsung; dan presentasi langsung dengan penyampaian informasi dan ajakan berdonasi secara tatap muka dalam forum, acara, atau kunjungan pribadi.<sup>49</sup>

b. Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*)

Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*) adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung.<sup>50</sup> Metode ini misalnya dilakukan melalui upaya promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi donasi pada saat itu. Contoh penerapan metode ini antara lain melalui *advertorial*, yakni artikel atau tayangan yang menyampaikan keberhasilan program lembaga; *image company*,

---

<sup>48</sup> Abdullah, *Manajemen ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Dan Wakaf)*, 106.

<sup>49</sup> Amar, *Digital Fundraising Zakat*, 39.

<sup>50</sup> Ibid.

yakni upaya membentuk persepsi positif misalnya dengan menampilkan laporan keuangan yang transparan dan testimoni penerima manfaat; penyelenggaraan acara untuk mengenalkan kegiatan lembaga; melibatkan perantara seperti tokoh masyarakat atau komunitas yang membantu mengenalkan lembaga kepada publik; menjalin relasi dengan berbagai pihak untuk memperluas jaringan; melalui referensi, yakni ajakan atau testimoni dari donatur atau mitra yang telah merasakan manfaat program; dan mediasi para tokoh berpengaruh seperti ulama, pejabat, atau *influencer* yang menyampaikan kiprah lembaga kepada masyarakat.<sup>51</sup>

### C. Sedekah

#### 1. Pengertian Sedekah

Sedekah dalam bahasa arab berasal dari kata *shadaqah* yang artinya pemberian dari seorang muslim yang kemudian diberikan kepada orang lain secara sukarela dan tidak ada ketentuan terkait jumlah dan waktu pelaksanaannya.<sup>52</sup> Sedekah juga dipahami sebagai suatu pemberian yang diberikan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharap ridha Allah dan pahala semata.<sup>53</sup> Selanjutnya dalam Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 2 Tahun 2016 dan juga dalam Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, kata sedekah memiliki makna sebagai harta atau non-harta yang

---

<sup>51</sup> Abdullah, *Manajemen ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Dan Wakaf)*, 106.

<sup>52</sup> Widiastuti, Herianingrum, and Zulaikha, *Ekonomi Dan Manajemen ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf)*, 17.

<sup>53</sup> Barkah et al., *Fikih Zakat, Sedekah, Dan Wakaf*, 189.

dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum.<sup>54</sup>

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sedekah adalah suatu pemberian yang dilakukan secara sukarela oleh individu atau lembaga, baik berupa harta maupun non-harta di luar kewajiban zakat yang ditujukan untuk kemaslahatan umum tanpa ketentuan waktu maupun batasan jumlah tertentu.

## 2. Dasar Hukum Sedekah

Para ahli fikih sepakat bahwa sedekah pada dasarnya memiliki hukum sunah, yakni mendapat pahala apabila dikerjakan dan tidak berdosa jika ditinggalkan. Namun dalam kondisi tertentu hukum sedekah dapat berubah. Sedekah dapat menjadi haram apabila diberikan kepada seseorang yang secara jelas diketahui akan memanfaatkannya untuk perbuatan maksiat. Selain itu, sedekah juga dapat menjadi wajib, seperti ketika seseorang menjumpai orang lain yang sangat kelaparan hingga membahayakan jiwanya, sementara ia memiliki makanan lebih dari kebutuhannya saat itu. Sedekah pun menjadi wajib apabila seseorang telah bernazar untuk memberikannya kepada seseorang atau lembaga.<sup>55</sup>

Dalam al-qur'an terdapat banyak ayat yang menganjurkan kaum muslimin untuk senantiasa memberikan sedekah. Di antara ayat yang memuat anjuran tersebut terdapat dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 114.

---

<sup>54</sup> Widiastuti, Herianingrum, and Zulaikha, *Ekonomi Dan Manajemen ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf)*, 18.

<sup>55</sup> Barkah et al., *Fikih Zakat, Sedekah, Dan Wakaf*, 190.

لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِّنْ نَّجْوَاهُمْ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ  
وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا

Artinya: “Tidak ada kebaikan pada banyak pembicaraan rahasia mereka, kecuali (pada pembicaraan rahasia) orang yang menyuruh bersedekah, (berbuat) kebaikan, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Siapa yang berbuat demikian karena mencari rida Allah kelak Kami anugerahkan kepadanya pahala yang sangat besar” (QS. An-Nisa’ : 114)

### 3. Jenis-Jenis Sedekah

Dalam ajaran agama islam, sedekah dibagi menjadi beberapa jenis sebagai berikut:<sup>56</sup>

#### a. Sedekah materi

Sedekah materi adalah jenis sedekah dengan memberikan barang-barang yang dimiliki kepada orang lain. Misalnya memberikan uang, makanan, minuman, atau takjil berbuka puasa kepada orang-orang yang berpuasa.

#### b. Sedekah non-materi

Sedekah non-materi adalah jenis sedekah yang dapat dilakukan tanpa memberikan harta benda, melainkan melalui bantuan tenaga, pikiran, nasihat, atau bahkan dengan memberikan senyuman tulus kepada sesama.

#### c. Sedekah jariyah

Sedekah jariyah adalah jenis sedekah yang pahalanya terus mengalir meskipun orang yang memberikannya telah meninggal dunia, karena barang yang disedekahkan masih terus digunakan dan

---

<sup>56</sup> Agus Hermanto and Rohmi Yuhani'ah, *Manajemen ZISWAF: Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf* (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2023), 9.

memberi manfaat. Contohnya seperti menyedekahkan hartanya untuk pembangunan masjid, pesantren, pengembangan ilmu, dan fasilitas-fasilitas umum lainnya yang bermanfaat.

#### **D. Gerakan Sedekah Rosok**

Gerakan Sedekah Rosok merupakan sebuah inisiatif sosial yang mendorong partisipasi masyarakat untuk bersedekah dalam bentuk barang-barang bekas atau rosok yang sudah tidak terpakai namun masih memiliki nilai ekonomi atau dapat dijual kembali kepada pengepul rosok.<sup>57</sup> Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), istilah “rosok” atau “rosokan” sendiri merujuk pada benda yang sudah tidak berfungsi dengan baik atau tidak lagi digunakan, sehingga sering dianggap sebagai barang bekas atau limbah.<sup>58</sup> Secara umum, rosok mencakup berbagai barang yang telah mengalami kerusakan, penurunan kualitas, atau bahkan sudah diambil bagian utamanya, sehingga tidak lagi berfungsi sebagaimana mestinya.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> Eni Susilowati, “Upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi Islam Melalui Gerakan Sodakoh Rosok Lazisnu Batuaji,” *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 6, no. 2 (2021): 178–175, <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/550>.

<sup>58</sup> KBBI, “Rosokan,” accessed March 21, 2025, <https://www.kbbi.web.id/rosokan>.

<sup>59</sup> Nopria Martin and Sri Wiratma, “Rongsokan Dimanfaatkan Sebagai Media Untuk Menghasilkan Batik Kreatif Dengan Teknik Cap,” *Gorga : Jurnal Seni Rupa* 9, no. 2 (2020): 399–408.