

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Dalam bahasa Yunani, "Strategos" adalah kata turunan dari "strategi". Menurut Glueck dan Jauch, strategi adalah rencana yang luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis dan masalah lingkungan saat ini untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat. Strategi biasanya didefinisikan sebagai proses membuat rencana untuk pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan suatu perencanaan agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu perencanaan jangka panjang organisasi yang disertai dengan tindakan-tindakan yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi berdasarkan analisis lingkungan yang telah dilakukan.¹⁹

Menurut Fredy Rangkuti dalam bukunya yang berjudul "Teknik Pembedahan Kasus Bisnis Analisis SWOT", dia menjelaskan bahwa strategi adalah alat yang berguna untuk mencapai tujuan perusahaan dalam hal alokasi sumber daya, tujuan jangka panjang, dan program tindak lanjut.²⁰ Sugianto menjelaskan bahwa strategi adalah suatu metode yang penting dan mendasar yang akan digunakan oleh

¹⁹ Mimin Yatminiwati, *Mnanajemen Strategi*, (Lumajang: Widya Gama, 2019), hal. 3

²⁰ Fresy Rangkuti, *Teknik Pembedahan Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), hal. 3-4

organisasi atau individu untuk mencapai tujuan dan berbagai tujuan. Tujuan dari strategi adalah untuk mempertahankan atau memperoleh posisi keunggulan dibandingkan dengan pesaing. Untuk mencapai keunggulan, perusahaan harus terus memanfaatkan peluang di lingkungan yang mungkin memanfaatkan bidang kekuatannya.²¹

2. Fungsi Strategi

Fungsi dari strategi adalah suatu upaya yang dilakukan agar strategi yang telah tersusun dapat dilaksanakan secara efektif. Oleh sebab itu, terdapat 5 fungsi yang harus dijalankan secara bersamaan, yaitu:

- a. Memberi visi yang jelas kepada orang lain untuk dilaksanakan.
- b. Menyelidiki peluang baru, agar mendapatkan kesuksesan dimasa mendatang.
- c. Menghubungkan manfaat organisasi dengan peluang yang ada di lingkungan.
- d. Mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi untuk masa mendatang.
- e. Menghasilkan lebih banyak sumber daya dari yang sedang digunakan sekarang.²²

B. Fundraising

1. Pengertian *Fundraising*

Fundraising merupakan kegiatan penggalangan dana dari individu, organisasi, maupun badan hukum. Proses ini meliputi kegiatan

²¹ Nazarudin, *Manajemen Strategik*, (Palembang:CV Amanah, 2020), hal. 5-7

²² Ernie Tisnawati dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2017), hal 132.

memberitahukan, mengingatkan, mendorong, dan membujuk kepada orang lain. Pengumpulan adalah cara, proses, dan juga kegiatan penghimpunan. Dalam melakukan kegiatan *fundraising*, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga dapat menciptakan kesadaran kepada calon donatur untuk melakukan kegiatan program atau yang berhubungan dengan pengelolaan kerja sebuah lembaga.²³

Sesuai dengan kamus Inggris-Indonesia, "*fundraising*" berarti "penghimpunan dana" atau "pengumpulan dana". Menurut Sutisna, "*fundraising*" dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau pemerintahan untuk digunakan untuk membiayai program kegiatan operasional suatu lembaga." Sedangkan menurut Purwanto penghimpunan dana merupakan proses untuk mempengaruhi masyarakat baik perorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.

2. Tujuan *Fundraising*

Menurut Ahmad Juwaini ada beberapa tujuan dari penghimpunan dana yaitu:

- a. Menghimpun dana adalah tujuan yang paling mendasar. Tujuan inilah yang paling utama dalam pengelolaan suatu lembaga dan ini pula yang menyebabkan mengapa kegiatan fundraising harus dilakukan. Oleh

²³ Widi Nopiardo, "*Strategi Fundraising Dana Zakat pada Kabupaten Tanah Datar*" Jurnal Imara. Vol. 1 Nomor 1, 2017, hal. 60

karena itu, tujuan utama dari kegiatan fundraising ini sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan suatu lembaga.

- b. Mencari lebih banyak calon donatur. Lembaga yang melakukan *fundraising* harus memiliki kemampuan untuk menambah jumlah donatur mereka.
- c. Meningkatkan dan membangun citra lembaga, bahwa aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh suatu lembaga baik menggunakan metode secara langsung maupun tidak langsung, sangat mempengaruhi citra suatu lembaga.
- d. Menghimpun relasi dan pendukung. Lembaga harus mampu memperluas relasi serta pendukungnya, meskipun terkadang mereka tidak mempunyai kemampuan untuk memberikan sesuatu kepada lembaga, akan tetapi mereka dapat memberikan dukungan penuh untuk mendukung suatu lembaga dan akan bersifat fanatik terhadap suatu lembaga. Dengan adanya ini, lembaga menjadi mempunyai jaringan informal yang sangat menguntungkan untuk aktivitas *fundraising*.
- e. Meningkatkan kepuasan donatur, tujuan ini merupakan tujuan puncak dari aktivitas *fundraising* dan mempunyai nilai jangka panjang. Kepuasan donatur sangat penting karena mempengaruhi nilai donasi yang akan diberikan kepada lembaga. Apabila donatur puas dengan lembaga maka tingkat loyalitas donatur juga akan meningkat, hal ini secara otomatis kegiatan *fundraising* juga harus bertujuan untuk memuaskan donatur.

3. Jenis-jenis Metode *Fundraising*

Menurut Huda, metode *fundraising* dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Metode langsung (*direct fundraising*) adalah metode yang menggunakan metode atau teknik yang melibatkan donator secara langsung, seperti koran langsung, iklan langsung, donasi melalui telepon, dan presentasi langsung.
- b. Pengumpulan dana tidak langsung (*indirect fundraising*) menggunakan metode atau pendekatan yang tidak melibatkan partisipasi donator secara langsung, seperti membuat acara, menciptakan hubungan melalui referensi, memediasi orang, dan sebagainya.²⁴

Menurut Sargeant strategi *fundraising* yang biasanya dilakukan oleh organisasi sosial meliputi:

- a. *Dialogue Fundraising*. Strategi yang dilakukan dengan bertatap muka atau berdialog secara langsung dalam pencarian donasi atau sumber dana.
- b. *Corporate fundraising*. Strategi yang dilakukan dengan cara bekerja sama dengan perusahaan. seperti, pengajuan proposal ataupun promosi bersama.
- c. *Multichannel fundraising*. Strategi ini menggunakan berbagai media dan saluran, seperti komunitas dan website secara online.

²⁴ Faoza Amar, *Digital Fundraising Zakat*, (Yogyakarta: IB Pustaka, 2023) hal. 36-39.

- d. *Retention and development donor*. Strategi untuk mempertahankan dan mengembangkan donatur, seperti membangun hubungan dengan donatur dan menyediakan layanan kepada donatur.²⁵

4. Substansi *Fundraising*

Menurut Miftahul Huda substansi dari *fundraising* dapat diringkaskan menjadi tiga hal, yaitu:

- a. Motivasi

Motivasi diartikan sebagai serangkaian nilai-nilai, pengetahuan, serta keyakinan yang mendorong calon donatur untuk mengeluarkan sebagian hartanya.

- b. Program

Program substansi *fundraising* berupa dari kegiatan implementasi visi dan misi lembaga yang jelas sehingga masyarakat menjadi tergerak untuk memberikan donasinya berupa zakat, infaq, dan sedekah.

- c. Metode

Metode diartikan sebagai pola, bentuk, atau cara-cara yang dilakukan oleh suatu lembaga dalam rangka penggalangan dana dari masyarakat. Metode *fundraising* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, serta manfaat untuk donatur.²⁶

²⁵ Yessi Rachmasari dan Soni, *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi*, (Bandung: UNPAD PRESS, 2016) hal. 21-22

²⁶ Rina Rahayu, “*Strategi Pengumpulan Dana (Fundraising) Zakat pada Amil Zakat Dompot Duafa Riau*” *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.10 Nomor 1, 2021, hal.54

C. Strategi *Fundraising*

Strategi *fundraising* dapat dimanfaatkan untuk peluang peningkatan sumber dana pada organisasi sosial dan juga untuk keberlanjutan suatu organisasi. Menurut Irfan dengan menggunakan strategi *fundraising*, organisasi non profit dapat menjaga pengumpulan dana yang lebih berkelanjutan tanpa harus mengorbankan visi dan misi organisasi. Penggunaan strategi *fundraising* menjadikan organisasi non profit dituntut untuk lebih profesional untuk menunjukkan ke para donatur bahwa penyaluran donasi mereka dapat dipertanggungjawabkan. Dengan tata kelola yang baik, maka kegiatan pengumpulan dana dengan menggunakan strategi *fundraising* yang ditetapkan oleh sebuah organisasi, dapat terus berlanjut dan tidak merusak wajah organisasi tersebut.

Pentingnya strategi *fundraising* dalam aktivitas pengumpulan dana tidak hanya terfokus pada sumber pendanaan saja. Tetapi dapat juga menjaga kepercayaan donatur maupun masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh organisasi pelayanan sosial tersebut. Pada dasarnya strategi *fundraising* yang dilakukan oleh organisasi pelayanan sosial dapat dikembangkan menjadi strategi yang inovatif dan efektif untuk menjadi daya tarik saat proses pengumpulan dana. Menurut Sargeant strategi *fundraising* yang biasa digunakan oleh organisasi pelayanan sosial diantaranya: *dialogue fundraising*,

*corporate fundraising, multichannel fundraising dan retention and development donor.*²⁷

²⁷ Yessi Rachmasari dan Soni, *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi*, (Bandung: UNPAD PRESS, 2016) hal. 7-11

