

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. *Fundraising*

##### 1. Pengertian *Fundraising*

*Fundraising* merupakan salah satu kegiatan yang strategis dan sangat penting bagi keberlangsungan sebuah organisasi nonprofit seperti lembaga zakat, infaq, sedekah, dan wakaf. Secara bahasa *fundraising* adalah penghimpunan, pengumpulan, atau penggalangan dana. Sedangkan secara istilah *fundraising* adalah usaha atau proses kegiatan yang berkaitan dengan pengumpulan dana (zakat, infaq, sedekah) dan sumber daya lainnya baik dari individu maupun kelompok.<sup>10</sup> Kemudian hasil *fundraising* ini akan disalurkan dan diberikan kepada yang berhak.

Menurut Sargeant dan Jay, *fundraising* merupakan suatu proses manajemen yang bertujuan untuk memperoleh dukungan sumber daya dari masyarakat melalui pendekatan yang terencana dan berkelanjutan. *fundraising* tidak hanya berfokus pada pengumpulan dana, tetapi juga pada upaya membangun hubungan jangka panjang dengan para donatur.<sup>11</sup>

Selain itu, menurut Kotler dan Keller, kegiatan *fundraising* berkaitan erat dengan konsep pemasaran sosial (*social marketing*),

---

<sup>10</sup> Miftaakhul Amri, "Strategi *Fundraising* Dana Zakat Dengan Sistem QRIS Di BAZNAS Kabupaten Bnayumas," *Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah* 4 (2022): 37–53.

<sup>11</sup> E R Tempel, T L Seiler, and D F Burlingame, *Achieving Excellence in Fundraising*, Essential Texts for Nonprofit and Public Leadership and Management (Wiley, 2016), <https://books.google.co.id/books?id=5wqeCAAQBAJ>.

yaitu bagaimana organisasi mampu memengaruhi perilaku masyarakat agar bersedia berpartisipasi dalam kegiatan sosial, termasuk dalam hal berdonasi.<sup>12</sup> Dengan demikian, *fundraising* tidak hanya dipahami sebagai kegiatan teknis penghimpunan dana, tetapi juga sebagai proses strategis yang melibatkan pendekatan komunikasi, psikologis, dan sosial dalam membangun kepercayaan serta partisipasi masyarakat.

Kegiatan *fundraising* ini tidak hanya sebatas pengumpulan dana saja tetapi juga mencakup pembangunan hubungan jangka panjang dengan para donatur, penguatan kepercayaan publik, serta komunikasi nilai dan misi organisasi secara berkelanjutan. Dalam perkembangan teori dan praktik kontemporer, *fundraising* dipandang sebagai suatu proses manajerial yang melibatkan perencanaan, strategi, serta pendekatan sosial dan psikologis terhadap calon donatur.

Secara umum, pengertian *fundraising* dipahami sebagai sebuah proses sistematis dalam sebuah organisasi untuk menghimpun sebuah dana dari setiap individu, kelompok, maupun sebuah institusi untuk mendukung pelaksanaan program dan pencapaian tujuan organisasi.<sup>13</sup> Oleh karena itu, keberhasilan *fundraising* sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam memahami motivasi donatur, membangun citra kelembagaan yang kredibel, serta mengelola interaksi yang saling menguntungkan antara lembaga dan

---

<sup>12</sup> Desty Murniati, *Optimalisasi Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Pemasaran Komunikasi Terpadu Di Provinsi NTB*, 2015,12.

<sup>13</sup> Muhammad Anwar Sani, *Manajemen ZISWAF Produktif ( Zakat, Infaq, Sedekah, Dan Wakaf)*, ed. Muhammad Fauzan Muttaqin (Kota Semarang Jawa Tengah, 2025)30.

masyarakat.<sup>14</sup>Dengan demikian, teori *fundraising* menjadi landasan penting untuk menjelaskan bagaimana organisasi nonprofit merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan penghimpunan dana secara efektif dan berkelanjutan.

## 2. Metode Strategi *Fundraising*

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* atau *the art of general* yang artinya seni yang digunakan oleh pimpinan dalam peperangan.<sup>15</sup> Sedangkan dalam kamus Belanda-Indonesia strategi berasal dari kata majemuk yang artinya siasat perang. Kata strategi berasal dari kalangan militer dan secara populer digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan yang tengah dihadapi. Istilah strategi saat ini sudah banyak digunakan diberbagai lini kehidupan dan dengan seiring berkembangnya zaman pengertian awal tetap dipertahankan hanya menyesuaikan dengan kondisi.

Secara umum pengertian strategi adalah upaya yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, baik dalam bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan sosial serta digunakan untuk meningkatkan segala upaya untuk perkembangan yang lebih baik. Sedangkan dalam sebuah lembaga ZISWAF strategi biasanya berkaitan dengan penghimpunan dana atau penyaluran dana. Jadi bagaimana caranya sebuah lembaga tersebut dapat mencapai tujuan untuk

---

<sup>14</sup> Shinta Nur Aprianita, "Manajemen *Fundarising* Dalam Meningkatkan Akuntabilitas di Baitul MaalWa Tamwil Al-Hikmah Lampung" (2025).41.

<sup>15</sup> Chintya Dewi P, "Strategi Hybrid War Rusia Pada Konflik Ukraina Tahun 2014 – 2018" (2019).33.

menghimpun dan menyalurkan dana ZISWAF.

Strategi *fundraising* yaitu tahapan awal atau pondasi yang digunakan dalam pengumpulan dana. Sebagai pondasi dari *fundraising*, yang didalamnya terdapat rencana dan proses sebagai pengaruh pada masyarakat supaya sebagian harta yang dimiliki oleh orang-orang bisa disalurkan kepada yang membutuhkan dengan tepat sasaran. Sehingga jumlah perolehan donasi dapat meningkat.<sup>16</sup>

Dalam pelaksanaan strategi *fundraising* terdapat dua metode yang sering digunakan yaitu sebagai berikut:<sup>17</sup>

a. *Direct Fundraising*( Penghimpunan Langsung)

Metode ini dilaksanakan dengan cara langsung melibatkan para donatur sehingga setelah mendapatkan sosialisasi dari pihak lembaga ZISWAF, pada saat pelaksanaan para donatur dapat segera memberikan responnya. Metode ini bisa dilaksanakan dengan diadakannya event, penjemputan donasi, donasi melalui *stand* atau *booth* acara, dan *campaign* donasi tatap muka.

b. *Indirect Fundraising*(Penghimpunan Tidak Langsung)

Metode *indirect fundraising* ini tidak dilakukan secara langsung melibatkan para donatur. Disini donatur tidak diarahkan secara langsung untuk memberikan sebagian hartanya melainkan dengan cara yang lebih terarah untuk menawarkan serta

---

<sup>16</sup> Mohammad Irfa'i, "Analisis Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial Dalam Meningkatkan Zakata, Infaq, Dan Shadaqah Pada LAZISMU Banyumas" (2025).31.

<sup>17</sup> Widya Oktavia Putri, "Strategi *Fundraising* Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam Meningkatkan Muzzaki di Kota Bandar Lampung" (2023).27

menguatkan citra lembaga. Metode ini dilaksanakan melalui sosialisasi program, publikasi media, *branding* lembaga, menjalin relasi, dan melalui perantara masyarakat.

### 3. Tujuan *Fundraising*

Dengan adanya strategi *fundraising*, beberapa tujuan berikut yang ingin dicapai:<sup>18</sup>

#### a. Penghimpunan Dana

Tujuan utama *fundraising* adalah mengumpulkan dana yang mana dana itu tidak hanya sebatas uang, tetapi juga mencakup barang atau jasa yang memiliki manfaat dan dapat digunakan kembali.

#### b. Meningkatkan Jumlah Donatur

Bertambahnya jumlah donatur menjadi salah satu tujuan sekaligus indikator keberhasilan LAZ dalam kegiatan *fundraising*. Semakin banyak donatur, semakin baik pula kinerja LAZ. Oleh karena itu, LAZ perlu memperhatikan peningkatan dana dari para donatur serta berupaya menambah jumlah donatur yang terlibat.

#### c. Meningkatkan Citra Lembaga

Selain menghimpun dana dari masyarakat, *fundraising* juga bertujuan memperkuat citra lembaga di mata para donatur. Hal ini dapat diwujudkan melalui transparansi keuangan dan pelaksanaan

---

<sup>18</sup> Noven Lukito Saputro and Raditya Sukmana, "Pemilihan Aktivitas Fundraising Zakat Organisasi Pengelola Zakat Di Jawa Timur Menggunakan Analytic Network Process," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 7, no. 3 (2020): 460–71, <https://doi.org/10.20473/vol7iss20203pp460-471>.

program kerja yang baik sehingga menumbuhkan kepercayaan donatur untuk menyalurkan hartanya kepada LAZ.

d. Meningkatkan Pelayanan Lembaga dan Menjaga Kepuasan Donatur

Untuk menjaga keberlangsungan kegiatan *fundraising*, LAZ dituntut terus meningkatkan kualitas pelayanan serta mempertahankan kepercayaan dan kepuasan para donatur. Dampaknya tidak hanya pada kepuasan donatur, tetapi juga pada peningkatan jumlah dana yang dihimpun dan disalurkan melalui LAZ. Tujuan ini tidak hanya berorientasi jangka pendek, tetapi juga berkelanjutan untuk masa depan.

e. Menciptakan Simpatisan atau Pendukung

Keberadaan simpatisan atau pendukung juga merupakan tujuan penting dalam *fundraising*. Secara tidak langsung, mereka membantu LAZ menyebarkan citra positif kepada masyarakat sehingga mendorong minat untuk menyalurkan donasi melalui LAZ. Hal ini berperan dalam meningkatkan jumlah donasi pada Lembaga Amil Zakat.<sup>19</sup>

Secara keseluruhan, tujuan *fundraising* tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah dana, tetapi juga pada keberlanjutan hubungan antara lembaga dan donatur.

---

<sup>19</sup> Mira Sofiana, “Strategi *Fundraising* Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan Da’wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung” (2022).23

#### 4. Faktor-faktor Keberhasilan *Fundraising*

*Fundraising* atau penggalangan dana adalah proses mengumpulkan sumber daya finansial dari individu, perusahaan, atau lembaga untuk mendukung tujuan tertentu. Contohnya seperti kegiatan amal, proyek sosial, atau inisiatif bisnis. Keberhasilan *fundraising* tidak hanya bergantung pada keberuntungan, tetapi pada kombinasi faktor strategis yang didasarkan pada penelitian dan praktik terbaik.<sup>20</sup> Faktor keberhasilan *fundraising* dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori utama. Berikut adalah faktor keberhasilan *fundraising*.

##### a. Strategi Komunikasi yang Efektif

Komunikasi yang jelas dan menarik adalah kunci untuk membangun hubungan dengan calon donatur. Ini melibatkan penyampaian cerita yang autentik, penggunaan bahasa yang persuasif, dan penekanan pada dampak nyata dari donasi.<sup>21</sup> Misalnya, kampanye yang menggunakan narasi emosional cenderung lebih sukses karena memicu empati.

##### b. Pemahaman *Audiens* dan Segmentasi

Keberhasilan *fundraising* bergantung pada pengetahuan mendalam tentang siapa target audiens seperti demografi, nilai-nilai, dan preferensi mereka. Segmentasi audiens memungkinkan

---

<sup>20</sup> Aprinju Ando Yana, Manajemen Fundraising Di Masa Krisis : Analisis Keberhasilan Act ( Aksi Cepat Tanggap ) Dalam Penggalangan Dana Peduli Palestina Di Masa Pandemi COVID -19, 2022.33

<sup>21</sup> Zahri Lintang Et Al., “Pembentukan Reputasi Komunitas The Huruuin Kepercayaan Donatur Pada Gerakan *Fundraising* Program Maksi ( Makan Siang )” (2025).

pendekatan yang lebih personal, seperti kampanye email yang disesuaikan.<sup>22</sup>

c. Penggunaan Teknologi dan Media Sosial

Teknologi digital termasuk *platform* media sosial dan *crowdfunding*, telah merevolusi *fundraising*. Misalnya, menggunakan *instagram*, *youtube*, *facebook*, dan *tiktok* sebagai media untuk promosi program dalam lembaga tersebut dengan mengemas konten yang menarik para donatur.

d. Kredibilitas dan Transparansi Organisasi

Donatur lebih cenderung berkontribusi jika organisasi atau lembaga menunjukkan akuntabilitas, seperti laporan keuangan yang transparan dan dampak yang terukur. Cara seperti ini tidak jarang lebih banyak untuk menarik para donatur.

e. Tim yang Terampil dan Pelatihan

Keberhasilan *fundraising* memerlukan tim dengan keterampilan seperti negosiasi, analisis data, promosi dan hubungan masyarakat. Pelatihan berkala dapat meningkatkan efektivitas.

Faktor-faktor keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas *fundraising* tidak hanya ditentukan oleh metode yang digunakan, tetapi juga oleh kualitas komunikasi, kepercayaan publik, serta kemampuan lembaga dalam memahami karakteristik target donatur.

---

<sup>22</sup> Sigit Hermawan, Irwan Alnarus Kautsar, and Dian Berkah, *Hukum Islam Dan Strategi Fundraising Tentang Zakat, Infaq, Dansedekah (ZIS)*, 2024.42

## 5. Strategi *Fundraising*

Dalam menjalankan kegiatan *fundraising*, sebuah organisasi memerlukan strategi yang tepat agar proses penghimpunan dana dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Strategi *fundraising* menjadi langkah penting yang digunakan organisasi untuk menarik minat masyarakat maupun calon donatur dalam memberikan dukungan terhadap program-program yang dijalankan. Setiap organisasi umumnya memiliki pendekatan yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan, target donatur, perkembangan teknologi, serta kondisi lingkungan sosial yang dihadapi. Oleh karena itu, organisasi yang sukses dalam *fundraising* umumnya memiliki strategi yang matang dan menggunakan berbagai pendekatan, misalnya melalui:<sup>23</sup>

### a. Kampanye Online

Menggunakan media sosial, situs web, atau platform *crowdfunding* untuk menarik donasi dari individu secara langsung, yang sering kali bersifat jangka pendek dan relevan dengan isu yang sedang populer.

### b. Kemitraan dengan Korporasi

Bekerja sama dengan perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap isu yang sama, misalnya perusahaan yang mendukung kegiatan sosial untuk meningkatkan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

---

<sup>23</sup> Hermawan, Kautsar, and Berkah, *Hukum Islam Dan Strategi Fundraising Tentang Zakat, Infaq, Dansedekah (ZIS)*.33.

c. Acara Penggalangan Dana

Mengadakan acara seperti konser amal, gala dinner, atau bazar yang hasilnya disalurkan untuk mendukung program organisasi.

d. Donasi Berkelanjutan

Menyediakan opsi donasi rutin, misalnya donasi bulanan atau tahunan, yang lebih stabil dan memberikan kepastian dana bagi organisasi.

*Fundraising* adalah proses penting yang bukan sekadar mendukung keuangan organisasi, tetapi juga membantu membangun reputasi, jaringan, serta memastikan kelangsungan program-program yang dijalankan.<sup>24</sup> Melalui *fundraising* yang efektif, organisasi dapat terus berkembang dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat. Keberhasilan *fundraising* tidak hanya tergantung pada jumlah dana yang terkumpul, tetapi juga pada kemampuan organisasi dalam menjaga transparansi, membangun hubungan baik dengan donatur, serta memberikan dampak positif yang dapat dirasakan oleh masyarakat luas.

6. *Fundraising* dalam Perspektif Islam

Dalam Al-Quran sendiri *fundraising* sudah dijelaskan yang terdapat pada Q.S Al Baqarah ayat 261.

---

<sup>24</sup> Ibid.

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ  
سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

“ Perumpamaan orang-orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah adalah seperti (orang-orang yang menabur) sebutir biji (benih) yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan (pahala) bagi siapa yang Dia kehendaki. Allah Mahaluas lagi Maha Mengetahui. “ (QS Al Baqarah ayat 261).<sup>25</sup>

Ayat ini menjelaskan kekuasaan-Nya dalam menghidupkan kembali makhluk yang telah mati, Allah kemudian menyampaikan perumpamaan tentang besarnya balasan bagi orang-orang yang berinfak di jalan-Nya. Orang yang menginfakkan hartanya dengan ikhlas untuk ketaatan dan kebaikan diibaratkan seperti seorang petani yang menanam benih. Satu biji yang ditanam di tanah yang subur akan tumbuh menjadi tujuh tangkai, dan pada setiap tangkai terdapat seratus biji, sehingga keseluruhannya menjadi tujuh ratus biji.

Bahkan, Allah melipatgandakan pahala kebaikan tersebut lebih dari tujuh ratus kali lipat bagi siapa saja yang Dia kehendaki, sesuai dengan tingkat keimanan dan keikhlasan orang yang berinfak. Allah Mahakuasa memberikan balasan yang sangat besar karena karunia-Nya sangat luas. Selain itu, Allah Maha Mengetahui siapa yang berinfak di jalan-Nya dengan penuh ketulusan dan Maha Mengetahui setiap niat yang ada di dalam hati hamba-Nya.

<sup>25</sup> “Quran.Com,” n.d., <https://quran.com/id/sapi-betina/261-262>.

Berdasarkan ayat tersebut, dapat dipahami bahwa kegiatan *fundraising* dalam perspektif Islam tidak hanya berorientasi pada aspek material, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang sangat kuat. Dorongan untuk berinfak dan bersedekah tidak hanya didasarkan pada kepentingan sosial, tetapi juga pada keyakinan akan pahala dan keberkahan dari Allah SWT.

## **B. Donasi**

### **1. Pengertian Donasi**

Donasi merupakan pemberian secara sukarela dari individu atau kelompok kepada pihak lain untuk tujuan sosial, kemanusiaan, atau keagamaan tanpa mengharapkan imbalan secara langsung.<sup>26</sup> Dalam konteks filantropi Islam, donasi diwujudkan dalam bentuk zakat, infak, dan sedekah yang didasarkan pada nilai keikhlasan, kepedulian sosial, dan tanggung jawab keagamaan. Donasi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi nilai-nilai sosial dan religius yang dipengaruhi oleh pemahaman, kesadaran, serta kepercayaan terhadap lembaga pengelola dana.

Dalam sumber referensi lainnya disebutkan bahwa donasi merupakan kegiatan sosial yang dilakukan manusia untuk saling membantu satu sama lain yang melibatkan pemberi dan penerima. Kata donasi berasal dari bahasa latin yaitu *donum* yang berarti hadiah atau pemberian. Sehingga dapat diartikan bahwa donasi adalah sebuah

---

<sup>26</sup> Anwar, "Peran Strategi *Fundraising* Infaq Melalui Program Donatur Tetap Dalam Meningkatkan Jumlah Donasi (Studi Pada NU CARE LAZISNU MWC Prambon)."28.

pemberian yang pada umumnya bersifat secara fisik oleh perorangan atau badan hukum, pemberian ini mempunyai sifat sukarela dengan tanpa adanya imbalan bersifat keuntungan kepada orang lain.<sup>27</sup>

## 2. Dasar Hukum Donasi

Islam menjelaskan bahwa donasi itu dapat disertakan dengan infaq maupun shodaqoh. Donasi disini dalam konsep islam memiliki arti yang luas, tidak hanya sebatas pemberian sesuatu yang berupa materiil kepada yang membutuhkan tetapi juga mencakup seluruh perbuatan kebaikan, baik berupa material maupun non material. Dalam Al-Quran sendiri sudah dijelaskan dalam surah An Nisa' ayat 114.

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

“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.”<sup>28</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa sebagian besar pembicaraan rahasia manusia tidak mengandung kebaikan, kecuali pembicaraan yang bertujuan untuk mengajak bersedekah, mendorong perbuatan baik, dan mendamaikan hubungan antar sesama. Ayat ini menegaskan bahwa ajakan kepada sedekah dan kebaikan sosial merupakan perbuatan yang mulia dan bernilai ibadah apabila dilakukan dengan niat yang ikhlas untuk mencari rida Allah Swt. Oleh karena itu, aktivitas mengajak berbagi dan berdonasi dalam program sosial dapat

<sup>27</sup> Ibid.29

<sup>28</sup> “Quran.Com,” n.d., <https://quran.com/id/wanita/114>.

dipandang sebagai tindakan yang dibenarkan secara agama serta memiliki nilai pahala yang besar, selama dilakukan dengan tujuan kebaikan dan kemaslahatan bersama.