

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Efektivitas

Berasal dari bahasa Inggris *effective* artinya berhasil.<sup>1</sup> Efektivitas yaitu ketepatangunaan, hasil guna, dan menunjang tujuan. Adapun definisi lain dalam pengertian efektivitas adalah pengukuran tujuan yang telah diperinci dan ditentukan sebelumnya.<sup>2</sup> Berikut definisi efektivitas menurut para ahli, yaitu:

- a. Menurut Robbins, efektivitas ialah tingkat tercapainya organisasi atas tujuan jangka pendek (tujuan) dan jangka panjang (cara). Pemilihan itu mencerminkan konstitusi strategis, minat mengevaluasi, dan tingkat kehidupan organisasi.
- b. Sigain, pengertian efektivitas ialah terkait dengan pelaksanaan suatu pekerjaan, yaitu penyelesaian pekerjaan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Dalam artian pelaksanaan tugas dinilai baik atau tidak, terutama menjawab pertanyaan bagaimana cara melaksanakannya, dan beberapa biaya yang dikeluarkan untuk itu.

Ada beberapa indikator efektivitas antara lain:<sup>3</sup>

- a. Ketepatan Waktu

---

<sup>1</sup> Moh. Prabu Tika. *Budaya Organisasi Dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2005). h. 129

<sup>2</sup> Ade Gunawan. *Analisis Consumer Decision Model Untuk Pengukuran Efektivitas Periklanan*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. Vol. 3

<sup>3</sup> Gary Jonathan Mingkid. *Efektivitas Penggunaan Dana Dalam Peningkatan Pembangunan*. Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan. Vol. 2 No. 2 Tahun 2017

Susunan waktu yang tepat menghasilkan terciptanya efektivitas dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

b. Ketepatan Biaya

Terkait dengan manfaatnya, diperlukan perhitungan biaya yang sesuai, agar tidak kekurangan ataupun kelebihan dalam pembiayaan kegiatan tersebut.

c. Ketepatan Berpikir

Bekerja sama dalam menangani suatu kegiatan secara berpendapat dapat menghasilkan kerja sama serta hasil yang maksimal.

d. Ketepatan Sasaran

Menentukan sasaran yang tepat, sehingga kegiatan dapat menghasilkan manfaat yang tepat pula.

Kriteria ukuran pencapaian efektif atau tidak efektif, yaitu:<sup>4</sup>

- a. Penyusunan program kegiatan secara tepat suatu rencana.
- b. Tujuan kegiatan yang hendak dicapai harus jelas.
- c. Kejelasan strategi kegiatan dalam pencapaian tujuan.
- d. Tersedianya sarana dan prasarana kegiatan.
- e. Pelaksanaan kegiatan yang efektif dan efisien.
- f. Kegiatan tersebut perlu pengawasan dan pengendalian.

Terdapat pengukuran dalam efektivitas antara lain:<sup>5</sup>

- a. Produktivitas.

---

<sup>4</sup> Iga Rosalina. *Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo Kabupaten Madetaan. Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 1 No 1. h. 5

<sup>5</sup> Ibid. h. 7

- b. Kemampuan adaptasi.
- c. Kepuasan.
- d. Mencari sumber daya

Menurut Richard M. Steers mengenai tentang ukuran efektivitas, antara lain:<sup>6</sup>

- a. Integrasi ialah pengukuran tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan kegiatan sosialisasi, pengembangan consensus, dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya.
- b. Tercapainya tujuan ialah semua upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses.

Terdapat pendekatan efektivitas digunakan untuk mengukur sejauh mana kegiatan itu efektif, antara lain:<sup>7</sup>

- a. Pendekatan sasaran (*Goal Approach*)

Pendekatan pengukuran efektivitas ini dimulai dengan identifikasi tujuan lembaga serta mengukur tingkat keberhasilan lembaga dalam mencapai tujuan tersebut.

- b. Pendekatan Sumber (*System Resource Approach*)

Pendekatan pengukuran efektivitas ini melalui keberhasilan suatu lembaga dalam mendapatkan berbagai macam sumber yang dibutuhkannya. Pendekatan ini mengenai transparannya sistem suatu lembaga kepada lingkungan sekitar, karena lembaga mempunyai hubungan yang erat dengan lingkungan sekitar. Dimana dari

---

<sup>6</sup> Richard M. Steers. *Efektivitas Organisasi*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1999). h.53

<sup>7</sup> Dimianus Ding. *Efektivitas Pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Pedesaan*. *Jurnal Ilmu Pemerintah*, Vol. 2 No. 2. h. 8

lingkungan sekitar diperoleh sumber yang terdapat pada lingkungan dan mempunyai sifat langka serta mempunyai nilai yang tinggi.

c. Pendekatan Proses (*Internal Process Approach*)

Lembaga efektif, terdapat proses intern berjalan dengan lancardimana kegiatan berjalan secara terkoordinasi.

## B. Strategi

Kata strategi berasal dari Yunani *strategia* yang mempunyai arti militer serta *ag* yang berarti seni. Konsep strategi sering digunakan dalam kegiatan bisnis, strategi menjelaskan arah suatu bisnis yang akan dilakukan pada suatu organisasi atau lembaga.<sup>8</sup> Kata strategi dalam KBBI mempunyai arti:

- a. Seni dan ilmu untuk mengembangkan sumber daya guna melaksanakan aturan tertentu dalam perang dan damai.
- b. Rencana yang tepat mengenai kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>9</sup>

Menurut para ahli terdapat definisi dari strategi, antara lain:<sup>10</sup>

- a. Morrissey mengatakan bahwa strategi merupakan proses dalam menentukan arah, yang harus dituju oleh lembaga untuk mencapai segala misinya.

---

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: ANDI OFFET. 2008). h. 3

<sup>9</sup> Undang-Undang RI No. 20 / 2003 tentang Sisdiknas

<sup>10</sup> Faisal Arif. *Strategi Menurut Para Ahli*. (Bandung: Angkasa. 1984). h. 9-10

- b. Siagaan mengatakan bahwa rangkaian keputusan serta tindakan mendasar dibuat oleh manajemen puncak dan diterapkan oleh semua jajaran dalam suatu organisasi demi tercapainya tujuan organisasi.
- c. Grant mengatakan bahwa strategi merupakan keseluruhan rencana mengenai penggunaan sumber daya untuk menciptakan suatu posisi menguntungkan.

Secara konseptual, strategi dapat diartikan sebagai berikut:<sup>11</sup>

- a. Strategi sebagai instrument adalah alat yang digunakan semua unsur sebagai pedoman pengendalian pada pelaksanaan kegiatan.
- b. Strategi sebagai sistem adalah kesatuan suatu rencana dan tindakan yang komprehensif dan terpadu, serta diarahkan untuk menghadapi tantangan guna mencapai tujuan.
- c. Strategi sebagai pola berpikir adalah tindakan didasari oleh wawasan yang luas tentang keadaan internal dan eksternal untuk jarak waktu yang tidak pendek, serta kemampuan mengambil keputusan untuk memilih alternative terbaik

Secara umum dalam implementasi strategi dapat dilihat dari:<sup>12</sup>

- a. Faktor yang berhubungan dengan manusia.
- b. Sistem dan prosedur.
- c. Sarana dan prasarana yang digunakan.

Terdapat perbedaan antara visi strategi dan misi strategi yaitu:<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebianto. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. (Bandung: Alfabeta. 2015). h. 217

<sup>12</sup> Jemsly Hutabarat. *Strategi Pendekatan Komprehensif dan Terintegrasi*. (Jakarta: UI Press. 2011). h. 381

### 1. Visi Strategi

- a) Lebih peduli pada merintis bisnis masa depan perusahaan.
- b) Teknologi produk masa depan lebih fokus kepada pelanggan.
- c) Jenis manajemen perusahaan adalah mencoba menciptakan sesuatu.
- d) Pernyataan pasar harus dikejar.

### 2. Misi Strategi

- a) Fokus pada aktivitas bisnis saat ini.
- b) Melayani kebutuhan pelanggan saat ini.
- c) Kemampuan teknologi dan bisnis saat ini.
- d) Penawaran produk dan jasa saat ini.

## C. Fundraising

Dalam bahasa *fundraising* mempunyai arti penghimpunan dana atau penggalangan dana. Menurut istilah *fundraising* merupakan kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat, infaq dan shodaqoh serta sumber daya lainnya yang berasal dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan didistribusikan untuk mustahik.<sup>14</sup> Menurut KBBI ialah bermakna penggalangan, penghimpunan, dan pengarahan.<sup>15</sup> Ada pula artian lain *fundraising* sebagai proses untuk mempengaruhi masyarakat baik sebagai individu atau perwakilan

---

<sup>13</sup> Edy Yunus. *Manajemen Strategis*. (Yogyakarta: ANDI OFFSET. 2016). h. 32

<sup>14</sup> *Manajemen Pengelolaan Zakat*, Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI 2009, h.65

<sup>15</sup> Miftahul Huda. *Pengelolaan Wakaf Dalam Perspektif Fundraising*. (Jakarta: Kementerian Agama RI. 2012). h. 27

masyarakat maupun lembaga, agar bersedia menyalurkan dananya kepada organisasi.<sup>16</sup> Untuk memaksimalkan kegiatan di dalam lembaga maka *fundraising* mempunyai tugas yaitu:

- a. Mencari dana.
- b. Menambah calon donator.
- c. Meningkatkan nama baik lembaga.
- d. Meningkatkan kepuasan muzaki.

#### **D. Strategi *Fundraising***

Strategi *fundraising* adalah tulang punggung dari kegiatan *fundraising*.<sup>17</sup> Strategi *fundraising* dapat disusun dengan banyak cara, salah satunya adalah dengan *matriks* strategi menggalang dana. *Matriks* menggalang dana ini digunakan untuk mengenali sumber dana yang potensial, metode menggalang dan serta untuk mengevaluasi sumber ataupun metode *fundraising*.<sup>18</sup> Strategi *fundraising* menghasilkan sebuah analisis mengenai faktor *internal* dan *eksternal* organisasi atau lembaga yang menentukan apa yang akan ditawarkan atau dijual oleh lembaga, serta kepada siapa akan dijual. Hamid Abidin menyatakan bahwa strategi *fundraising* merupakan alat analisis untuk mengenali sumber pendanaan

---

<sup>16</sup> April Purwanto. *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*. (Jakarta: Teras. 2009). h.12

<sup>17</sup> Michael Norton. *Menggalang Dana: Penuntun Bagi Lembaga Swadaya Masyarakat dan Organisasi Sukarela di Negara-negara Selatan* diterjemahkan oleh Masri Maris (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2002. h. 51.

<sup>18</sup> Joyce Young, dkk. *Menggalan Dana Untuk Organisasi Nirbla* diterjemahkan oleh Siti Mashitoh (Jakarta: PT. Ina Publikatama. 2007). h. 124

yang *potensial*, metode *fundraising* dan mengevaluasi kemampuan organisasi dalam *memobilisasi* sumber dana.

Aspek dalam strategi *fundraising* dikenal sebagai siklus *fundraising* yang terdiri dari :<sup>19</sup>

1. Identifikasi calon *donatur* yakni ketika organisasi menentukan siapa dan bagaimana profil dari potensial *donatur* yang akan digalangnya. Berdasarkan jenis sumber dayanya, pendekatan *fundraising* terbagi menjadi dua yakni *retail fundraising* dan *institusional fundraising*. *Retail fundraising* adalah penggalangan dana dengan memfokuskan target atau sasarannya pada perorangan. Sedangkan *institusional fundraising* lebih memfokuskan pada penggalangan dari lembaga atau organisasi, misalnya perusahaan, lembaga donor, pemerintah, atau yayasan amal lokal.
2. Pengelolaan dan penjagaan *donatur* yakni pengelolaan *donatur* dilakukan dengan tujuan meningkatkan jumlah *donasi*, mengarahkan *donatur* untuk mendonasikan pada program tertentu, atau meningkatkan status dari *donatur* tidak tetap menjadi *donatur* tetap. Sementara penjagaan *donatur* dapat dilakukan dengan kunjungan hangat, mengirimkan informasi, memberikan layanan kepada *donatur*, melibatkan *donatur* dalam berbagai kegiatan,

---

<sup>19</sup> Hamid Abidin, dkk. *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, Serta Strategi Penggalangannya*. (Depok: Pustaka Mitra, 2009). h. 134

mengirimkan hadiah, atau membantuk memecahkan persoalan *donatur*.

3. Penggunaan metode *fundraising* penentuan metode yang tepat untuk melakukan pendekatan terhadap *donatur*. Hal ini perlu dilakukan karena akan menjadi penentu keberhasilan perolehan dana yang sebesar-besarnya dari *fundraising* pada para *donatur*.
4. *Monitoring* dan *evaluasi fundraising* memantau bagaimana proses dilakukannya dari kegiatan *fundraising* serta menilai efektivitasnya. Hal ini dilakukan untuk menilai seberapa efektif upaya yang dilakukan, memastikan apakah ada permasalahan dalam pelaksanaannya serta seberapa besarnya pencapaiannya terhadap target yang telah dilakukan.

#### **E. Metode *Fundraising***

Dalam melaksanakan kegiatan *fundraising*, banyak metode dan teknik yang dapat dilakukan. Metode ini pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:<sup>20</sup>

1. Metode *Fundraising* Langsung (*Direct Fundraising*)

Teknik yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki bisa seketika (langsung) dilakukan. Dengan metode ini apabila dalam diri muzaki muncul

---

<sup>20</sup> Hendra Sutisna. *Fundraising Database*. (Depok: Piramedia. 2006). h. 26

keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari *fundraising* lembaga, maka segera dapat melakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi sudah tersedia. Sebagai contoh metode ini adalah *Direct Mail*, *Direct Advertising*, *Telefundraising* dan presentasi langsung.

## 2. Metode *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*)

Suatu metode yang menggunakan cara yang tidak melibatkan partisipasi *muzakki* secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya *akomodasi* langsung terhadap respon *muzaki* seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi *donasi* pada saat itu. Contohnya *advertorial*, *image fompaign* dan penyelenggaraan *event*, melalui perantara, menjalin *relasi*, melalui *referensi*, dan *mediasi* para tokoh, dan lain-lain.<sup>21</sup>

Menurut Muhsin Kalida mengungkapkan ada 4 metode dalam *fundraising* sebagai berikut :

1. *Face to face*, yaitu berdialog langsung dalam rangka menawarkan program dengan calon donatur dengan cara kunjungan ke kantor, perusahaan atau presentasi.

---

<sup>21</sup> Ibid. h. 27

2. *Special event*, yaitu penggalangan dana atau *fundraising* dengan menggelar acara-acara khusus, atau memanfaatkan acara-acara tertentu yang dihadiri banyak orang untuk menggalang dana atau *fundraising*.
3. *Direct mail*, yaitu penawaran tertulis untuk mendonasikan yang di distribusikan melalui surat.
4. *Campaign*, yaitu *fundraising* dengan kampanye melalui berbagai media komunikasi seperti melalui poster, internet, media elektronik ataupun brosur yang digunakan sebagai komunikasi dan promosi program lembaga ataupun donatur.<sup>22</sup>

## **F. Shodaqoh Barang Bekas**

Shodaqoh barang bekas adalah mengikhhlaskan atau tidak mengharap uang hasil dari penjualan barang tak terpakai, dan uang tersebut sudah diserahkan kepada pengurus guna keperluan program kegiatan masyarakat.<sup>23</sup> Secara terminologi, shodaqoh ialah pemberian seseorang dengan rasa ikhlas, kepada yang berhak menerima.<sup>24</sup> Shodaqoh barang bekas dapat dilakukan seluruh lapisan masyarakat secara berkala dan dikoordinir oleh pengurus terkait. Hasil penjualan barang

---

<sup>22</sup> Muhsin Kalida. *Fundraising dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyarakatan*, *Jurnal Aplikasi (Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama)*, Vol. V, No. 2, (Desember. 2004)

<sup>23</sup> Dwi Endah. *Hidup Lebih sehat dan Berkah Sedekah Sampah*. 2016, diakses 5 Nopember 2020, pukul 09.36 WIB

<sup>24</sup> Nasrun Haroen. *Fiqh Muamalah*. (Jakarta: Gaya Media Pratama. 2007). h. 21

bekas tersebut digunakan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan.<sup>25</sup>

Menurut Ibnu Qoyim shodaqoh sangat memberikan nilai yang tidak biasa untuk menolak berbagai macam bencana, meskipun pelakunya adalah seorang pendosa, bahkan orang kafir karena Allah SWT. akan menangkal berbagai bencana dengan perantara shodaqoh.<sup>26</sup>

## **G. Dana Non Zakat**

### **1. Infaq**

Menurut KBBI infaq adalah mengeluarkan harta yang mencakup yang mencakup zakat dan non zakat. Sedangkan harta atau pendapatan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam.<sup>27</sup> Adapun pengertian infaq yaitu amal ibadah kepada Allah dan amal sosial kemasyarakatan dan kemanusiaan dalam wujud menyerahkan sebagian harta oleh perorangan atau badan hukum untuk diberikan kepada seorang atau badan hukum karena suatu kebutuhan.<sup>28</sup>

Infaq dan shodaqoh terdapat perbedaan makna yang terletak pada bendanya. Jika infaq berkaitan dengan amal baik yang material,

---

<sup>25</sup> Muhammad Syafi'I Syakur. *Keajaiban Sedekah*. (Yogyakarta: Genius Publisher. 2008). h. 46

<sup>26</sup> Yusuf Qurdhowi. *Hukum Zakat*. (Jakarta: Intermas. 1993). h. 38

<sup>27</sup> Qurratul Aini Wara Hastuti. *Infaq Tidak Dapat Dikategorikan Sebagai Pungutan Liar*. Vol. 3 No. 1 Juni 2016. h. 43

<sup>28</sup> Nukhtoh Arfawi Kurde. *Memungut Zakat dan Infaq Profesi*. Cet. 1. (Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2005). h. 18

sedangkan shodaqoh berkaitan dengan amal baik yang wujudnya material dan non material.<sup>29</sup>

## 2. Shodaqoh

Shodaqoh ialah akad pemberian sesuatu oleh seseorang kepada orang lain karena untuk mengharapkan ridho dan pahala dari Allah SWT. dan tidak mengharapkan sesuatu imbalan jasa atau penggantian.

Terdapat rukun shodaqoh yaitu:

- a. Orang yang bershodaqoh.
- b. Penerima shodaqoh.
- c. Benda yang dishodaqohkan.
- d. Ijab dan qobul.

Macam-Macam Shodaqoh yaitu:<sup>30</sup>

### a. Shodaqoh materi

Orang yang mempunyai harta lebih atau sisa dari pada harta mereka yang kekurangan dan membutuhkan, maka shodaqoh harta adalah yang paling dianjurkan untuk dilakukan.

### b. Shodaqoh Potensi

Shodaqoh tidak hanya berbentuk materi, tetapi ada berbagai hal yang dilakukan untuk amalan shodaqoh, diantaranya:

---

<sup>29</sup> Yumrohatul Khasanah. *Mekanisme Penghimpunan dan Pendistribusian ZIS*. (Semarang: UIN-Walisongo. 2015). h. 16

<sup>30</sup> Muhammad Sanusi. *The Power Of Sedekah*. (Yogyakarta: Pustaka Insan Madani. 2009). h. 13-20

- 1) Tenaga, ialah melakukan kegiatan positif. Misalnya gotong royong melestarikan lingkungan serta menjaga keamanan lingkungan.
  - 2) Pikiran, ialah kemampuan untuk berfikir dalam memecahkan persoalan yang dihadapi.
3. Wakaf

Secara istilah, wakaf adalah penahanan harta yang dapat diambil manfaatnya tanpa musnah untuk kepentingan umum yang bermanfaat, kepada masyarakat secara umum dan kepada penerima wakaf secara khusus.<sup>31</sup> Wakaf merupakan instrumen finansial Islam yang memiliki keterkaitan langsung secara fungsional dengan upaya pemecahan masalah-masalah sosial dan ekonomi.<sup>32</sup> Adapun macam-macam wakaf yakni:

a) Wakaf Ahli

Merupakan wakaf yang ditujukan kepada orang-orang tertentu, seorang atau lebih, keluarga si wakif atau bukan.

b) Wakaf Khairi

Merupakan wakaf yang secara tegas untuk kepentingan agama (keagamaan) atau kemasyarakatan (kebajikan umum).<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Muhammad Sanusi. *The Power of Sedekah*. (Yogyakarta: Pustaka Insan Madani. 2009). h. 12

<sup>32</sup> Rozakinda. *Manajemen Wakaf Produktif*. (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. Cet. 1. 2015). h. 339

<sup>33</sup> Sayyid Sabiq. *Fiqh Sunnah*. (Jakarta : Pena Pundi Aksara. 2009). h.461