

**STRATEGI *FUNDRAISING* BERBASIS *ONLINE* PADA LEMBAGA ZAKAT
DOMPET SOSIAL MADANI SINGARAJA BALI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S. Sos. I)

Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Oleh:

Wayan Herdiansyah

1701036068

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2022

NOTA PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (024)
7506405 Semarang 50185 website: fakdakom.walisongo.ac.id,

email:fakdakom.uinws@gmail.com

NOTA PEMBIMBING

Lamp. :-

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth. Dekan
Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN
Walisongo Semarang Di
Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan
sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara :

Nama : Wayan Herdiansyah

NIM :1701036068

Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Manajemen Dakwah

Judul : Strategi *Fundraising* Berbasis *Online* Pada Lembaga Zakat
Dompot Sosial Madani Singaraja Bali

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas
perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 18 Juni 2022

Pembimbing,

Drs. Fachrur Rozi, M. Ag.

NIP.196905011994031003

PENGESAHAN SKRIPSI

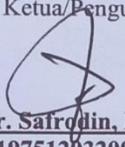
**STRATEGI FUNDRAISING BERBASIS ONLINE PADA LEMBAGA
ZAKAT DOMPET SOSIAL MADANI SINGARAJA BALI**

Oleh:
WAYAN HERDIANSYAH
1701036068

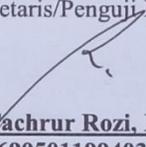
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Selasa, 20 September 2022 dan dinyatakan telah LULUS memenuhi syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

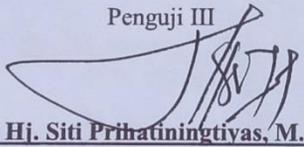
Ketua/Penguji I


Dr. Safrudin, M.Ag.
NIP. 197512032003121002

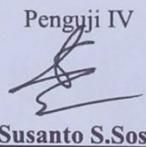
Sekretaris/Penguji-II


Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag.
NIP. 196905011994031001

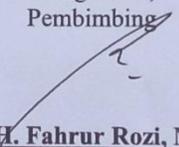
Penguji III


Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd.
NIP. 196708231993032003

Penguji IV


Dedy Susanto S.Sos.I.MSI.
NIP. 198105142007101001

Mengetahui,
Pembimbing


Drs. H. Fahrur Rozi, M.Ag.
NIP. 196905011994031001

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal 20 September 2022


Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.
NIP. 197204102001121003



MOTTO

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

“Artinya Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdo’alah untuk mereka. Sesungguhnya do’amu itu (menumbuhkan) ketentraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.” (Departemen Agama RI:2005).

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Terimakasih kepada orangtua, Ayah M. Huzri dan Ibu Ketut Misnah yang telah ikhlas merawat, menafkahi, membesarkan dan mendidik saya. Jasa yang diberikan orangtua kepada saya tidak akan pernah bisa dibalas sampai kapanpun.
2. Kepada istri, Dhea Ul Azmi yang telah memberikan semangat, motivasi dan selalu mendoakan saya.
3. Kepada teman-teman kelas MD-17 yang telah memberikan pengalaman yang indah selama di UIN Walisongo Semarang.
4. Kepada adik, Eva Aina Hanifa, Firda Safitri dan Fauzil Adzim yang selalu memberikan semangat.
5. Kepada Okky Darmawan dan Milson Tajri, Sahabat yang terasa sodara kandung dirantau yang menghibur dikala senang atau susah dalam pengerjaan skripsi, semoga Allah membalas kebaikan kalian.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 15 Juni 2022



Wayan Hediansyah

1701036068

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan inayah-nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dan tak lupa, shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari jalan kegelapan dan kebodohan, menuju jalan yang terang benderang ini.

Syukur alhamdulillah, penulis ucapkan kehadirat Allah SWT. Karena berkat nikmat kuasa serta kekuasaan beliau penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Maka dari itu dalam lembar pengantar ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis, kepada beliau:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., Selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag., Selaku dekan fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo.
3. Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M. Pd, Selaku ketua jurusan manajemen dakwah UIN Walisongo Semarang.
4. Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag., selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi serta telah memberikan arahan serta masukan untuk penyampaian skripsi ini dan selaku wali dosen penulis telah senantiasa memberikan arahan selama penulis menempuh pembelajaran di fakultas dakwah dan komunikasi.
5. Bapak dan Ibu dosen fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah membantu dalam proses belajar di UIN Walisongo Semarang
6. Bapak dan Ibu staf dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah membantu dalam proses administrasi.
7. Bapak Luqman Hakim selaku *fundraiser* di Dompot Sosial Madani telah memberikan informasi.

8. Bapak Indra Nico tim program dan ibuk AnggenKharisa A FO yang telah memberikan informassi.
9. Teman-Teman MD angkatan 2017 khususnya MD-B yang telah berjuang bersama dan memberi pengalaman baru selama belajar di UIN Walisongo.

Karena bantuan dari seluruh pihak diataslah laporan penelitian ini bisa dapat terlaksana. Semoga dengan apa yang telah beliau lakukan dapat dicatat sebagai amalan yang bermanfaat oleh Allah SWT. Demikian pengantar dari kami penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi perbaikan dan kemajuan bersama penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 15 Juni 2022



Wayan Herdiansyah

1701036068

ABSTRAK

Wayan Herdiansyah 1701036068. Penelitian ini berjudul “Strategi *Fundraising online* Pada Lembaga Zakat Dompot Sosial Madani Singaraja Bali”. Harta yang dimiliki oleh seseorang sebenarnya ada harta yang harus dikeluarkan atau dizakatkan bisa dalam bentuk uang, emas, hasil panen, peternakan. Pengumpulan, pengelolaan, penyaluran zakat dari masyarakat perlu adanya suatu wadah tentunya wadah yang terpercaya dan diakui pemerintahan seperti lembaga zakat Dompot Sosial Madani. Dompot Sosial Madani menggunakan strategi *online* dalam pengumpulan dana ZISWAF dan tak hanya *online* lembaga zakat Dompot Sosial Madani juga melakukan strategi langsung dalam pengumpulan dana ZISWAF. Pengumpulan dana melalui *online* lembaga zakat Dompot Sosial Madani melalui youtube, website, whatsapp, Instagram, tiktok, facebook, shoppepay, tokopedia, kita bisa.com, dana, transfer bank. Penelitian ini berfokus tentang bagaimana strategi *fundraising online* dan bagaimana evaluasi lembaga zakat Dompot Sosial Madani.

Tujuan dari penelitian ini Untuk mengetahui lebih dalam lagi terkait strategi *fundraising* berbasis *online* pada lembaga zakat Dompot Sosial Madani dan untuk lebih mengetahui bagaimana penerapan strategi *fundraising online* dan evaluasinya dalam lembaga zakat Dompot Sosial Madani. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Data primer sebagai sumber data utama, selain itu juga menggunakan data sekunder yang dapat memberikan data tambahan dan mendukung data primer. Kemudian untuk teknik pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data yakni reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah Dompot Sosial Madani melakukan rapat strategi terlebih dahulu untuk merencanakan cara yang tepat dalam *fundraising online* sehingga memudahkan dalam upaya pengumpulan dana ZISWAF. Media-media online yang digunakan Dompot Sosial Madani adalah website, facebook, whatsapp, youtube, dan melakukan kerjasama dengan kita bisa.com. Dompot Sosial Madani melakukan rapat evaluasi pekanan, bulanan dan tahunan melalui media *online* seperti *whatsapp*, *zoom* untuk mengetahui kendala-kendala yang ada. Kendala yang ditemui dalam penerapan strategi *fundraising online* yakni, masih kurangnya kepercayaan masyarakat dalam pengumpulan ZISWAF melalui lembaga, masih kurangnya pemahaman masyarakat terkait pembayaran zakat melalui *online*, adanya sistem mutasi bagi karyawan pemerintahan,

Keyword: Strategi *Fundraising Online*, Lembaga.

PEDOMAN TRANSLITERASI

No	Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
1	ا	A	ط	Th
2	ب	B	ظ	Zh
3	ت	T	ع	‘
4	ث	Ts	غ	Gh
5	ج	J	ف	F
6	ح	H	ق	Q
7	خ	Kh	ك	K
8	د	D	ل	L
9	ذ	Dh	م	M
10	ر	R	ن	N
11	ز	Z	و	W
12	س	S	ه	H
13	ش	Sy	ء	‘
14	ص	Sh	ي	Y
15	ض	Di		

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	i
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Pengertian Strategi.....	13
B. Strategi Fundraising	14
1. Pengertian Strategi <i>Fundraising</i>	14
2. Prinsip Dasar Strategi <i>fundraising</i>	15
3. Ruang Lingkup Fundraising	16
4. Metode Strategi <i>Fundraising</i>	18
3. Tujuan Strategi <i>Fundraising</i>	21
B. Media Online	23
1. Pengertian Media <i>Online</i>	23
2. Fungsi Media Sosial.....	24
3. Manfaat Media Sosial	25
C. Evaluasi.....	26
1. Penegertian Evaluasi.....	26

2. Jenis-Jenis Evaluasi.....	26
3. Tujuan dan fungsi evaluasi.....	27
D. Lembaga Zakat	28
1. Pengertian Lembaga	28
2. Jenis lembaga zakat.....	28
3. Fungsi Lembaga Zakat	28
BAB III GAMBARAN UMUM DAN STRATEGI <i>FUNDRAISING ONLINE</i>	
DOMPET SOSIAL MADANI.....	29
A. Profil Dompet Sosial Madani	29
1. Sejarah Dompet Sosial Madani.....	29
2. Legalitas Dompet Sosial Madani.....	34
3. Visi dan Misi Dompet Sosial Madani	35
4. Struktur Organisasi Dompet Sosial Madani.....	36
5. Program Kerja Dompet Sosial Madani.....	36
B. Strategi <i>Fundraising online</i> Dompet Sosial Madani	39
1. Perencanaan Strategi <i>Fundraising online</i> Dompet Sosial Madani	39
2. Penerapan Strategi <i>Fundraising Online</i>	40
C. Evaluasi Dompet Sosial Madani	49
BAB IV ANALISIS <i>FUNDRAISING ONLINE</i> PADA LEMBAGA ZAKAT	
DOMPET SOSIAL MADANI.....	53
A. Analisis Strategi <i>Fundraising online</i>	53
B. Analisis Evaluasi Dompet Sosial Madani.....	57
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
C. Saran	62
D. Penutup	63
DAFTAR PUSTAKA	64
PEDOMAN WAWANCARA.....	66
LAMPIRAN DOKUMENTASI	69
Daftar Riwayat Hidup.....	72

Daftar Tabel

Tabel Evaluasi.....	51
Tabel Evaluasi.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat miskin yang mengalami masalah ekonomi di Bali masih menjadi masalah yang tidak bisa dikesampingkan. Mengutip dari Tribun-BALI, banyak masyarakat di Bali masih berada dalam garis kemiskinan, baik yang tinggal di kota ataupun di pedesaan. Dalam hal seperti ini, salah satu solusi yang bisa ditempuh yakni dengan mengandalkan dana zakat, infaq, dan sodaqah karena ZISWAF bisa menjaga kesejahteraan masyarakat serta pemerataan pendapatan masyarakat, sehingga kesejahteraan ekonomi tidak berada dan berputar pada kalangan tertentu saja. Manajemen zakat merupakan hal yang penting dalam islam, sebagaimana firman Allah S.W.T dalam surat At-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdo'alah untuk mereka. Sesungguhnya do'amu itu (menumbuhkan) ketentraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui (Departemen Agama RI:2005).

Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, menyatakan bahwa menunaikan zakat merupakan kewajiban umat muslim yang mampu sesuai syariat islam, bahwa zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat, bahwa dalam rangka meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat harus dikelola secara melembagasesuai dengan syari'at islam.

Wadah yang tepat untuk mengelola serta menyalurkan dana ZISWAF adalah lembaga amil zakat (LAZ). Lembaga ini merupakan lembaga yang bergerak dalam bidang keagamaan yaitu mengelola dana ZISWAF kaum muslimin. LAZ merupakan lembaga yang tercipta dari masyarakat atau swasta. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, pada Bab I pasal 1 ayat 8 yang berbunyi “Lembaga amil zakat selanjutnya yang disingkat LAZ adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.

Lembaga zakat adalah bagian dari organisasi nirlaba, yaitu organisasi yang menjalankan aktivitasnya yang tidak berorientasi mencari keuntungan (Muhammad,2010:66). Lembaga zakat merupakan lembaga yang penting dalam rangka untuk mengurangi garis kemiskinan dan pengumpulan dana zakat umat muslim karena dengan adanya lembaga zakat pengelolaan dana ZISWAF lebih tepat sasaran dalam pendistribusianya.

Strategi *fundraising* dalam sebuah lembaga zakat menjadi hal yang sangat penting karena strategi *fundraising* yang digunakan dalam sebuah lembaga zakat sangat mempengaruhi donator atau muzakki untuk percaya kesuatu lembaga zakat, apa lagi di era digital seperti sekarang ini, dimana para donator menginginkan cara yang mudah dalam menyalurkan zakat, sodaqah dan infaq mereka sehingga kini seorang *fundraiser* dituntut menggunakan cara seefektif mungkin tanpa harus menggunakan proses transaksi yang ribet, terlebih lagi dimana daerah yang minoritas muslim, contohnya kota Singaraja yang mana kantor lembaga zakat berpusat jauh dari daerah-daerah muslim, sehingga warga muslim di kota Singaraja menginginkan cara yang lebih mudah dan tidak harus jauh-jauh datang ke lembaga zakat yang mana jaraknya jauh dari tempat tinggal mereka.

Singaraja merupakan salah satu kabupaten dari sembilan kabupaten yang berada di pulau Bali dan Islam masih menjadi minoritas di bandingkan

umat agama Hindu dan masih jarang sekali ada daerah muslim, berdasarkan data dari Dinas Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik Singaraja di tahun 2020, jumlah umat beragama di kota Singaraja, Islam sebesar 75.975, umat beragama Hindu 738.963, umat beragama Budha 4.255, umat beragama Katolik 1.666, umat beragama Protestan 5.525, umat beragama Khonghucu 83. Sehingga melakukan aktifitas *fundraising* atau pengumpulan dana zakat, infaq, sodaqah dan wakaf harus semudah mungkin serta seefektif mungkin, caranya dengan memanfaatkan perkembangan media *online* yang sudah sangat luas dan sudah menjangkau semua kalangan, mulai dari anak-anak, remaja sampai kalangan orangtua. Maka dari itu pengumpulan dana atau *fundraising* berbasis *online* di daerah Singaraja yang minoritas muslim merupakan kegiatan yang sangat tepat untuk diterapkan saat ini, terlebih lagi dalam sebuah lembaga zakat kegiatan *fundraising* yang menghidupkan program-program disuatu lembaga zakat apa bila kegiatan *fundraising* ini tidak berjalan dengan baik maka bisa dipastikan lembaga zakat tidak akan bisa bertahan.

Lembaga zakat yang ada di Bali dan telah membuka cabang di beberapa kabupaten di Bali yaitu Dompot Sosial Madani yang telah berhasil menerapkan *system fundraising* berbasis *online*. Maka dalam hal ini strategi *fundraising* berbasis *online* yang diterapkan Dompot Sosisal Madani bisa menjadi konsep yang tepat guna menangani kebutuhan para donator dan muzakki di daerah Singaraja sehingga dana yang terkumpul dari muzakki dan para donator bisa secara maksimal. Tidak hanya itu, di terapkannya strategi *fundraising* berbasis *online* ini Dompot Sosial Madani bisa lebih banyak membantu para mustahik dalam meningkatkan strata sosial dan ekonomi mereka serta menjadikan Dompot Sosial Madani lebih berkembang dalam mengumpulkan dana zakat, infaq, sodaqah dan wakaf.

Semakin meluasnya kepercayaan para donator Dompot Sosial Madani serta masih banyak angka kemiskinan di Bali terutama daerah kota Singaraja kabupaten Buleleng membuat Dompot Sosisal Madani membuka kantor cabang

di Kota Singaraja kabupaten Buleleng yang beralamat di Jl.A. Yani 198-Singaraja. Berkembangnya permasalahan kemiskinan yang makin bertambah serta beragam membuat Dompot Sosial Madani semakin ekstra untuk mengumpulkan dana demi bisa mengurangi angka kemiskinan dan membuat mustahik jauh dari jurang kemiskinan serta membuat Dompot Sosial Madani menjadikan hal ini sebagai motivasi bekerja semakin amanah. Maka dari itu pengembangan strategi *fundraising* berbasis *online* di Dompot Sosial Madani harus ditingkatkan lagi dengan selalu mengikuti perkembangan digital atau media *online* sesuai dengan di kota Singaraja. Pengumpulan dana melalui strategi berbasis *online* harus dibarengi juga dengan manajemen *fundraising* yang baik salah satunya evaluasi yang dilakukan oleh seorang *fundraiser* ataupun lembaga harus secara baik dan rapi sehingga membuat para donator serta muzakki merasa puas terhadap kepercayaan yang telah mereka berikan kepada lembaga amil zakat. contohnya Dompot Sosial Madani akan dikenal sebagai lembaga amil zakat yang amanah dan terpercaya sehingga Dompot Sosial Madani bisa maksimal dalam melakukan penggalangan dana dan bisa mengumpulkan dana yang begitu banyak untuk menjalankan program-program yang mengurangi mustahik dari kemiskinan atau membuat para mustahik jauh dari jurang kemiskinan.

Berangkat dari fenomena yang terjadi ini maka penulis berkeinginan menjadikan lembaga amil zakat Dompot Sosial Madani sebagai objek penelitian skripsi dengan judul **Strategi *Fundraising* Berbasis *Online* Pada Lembaga Zakat Dompot Sosial Madani Singaraja Bali.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *fundraising* berbasis *online* di lembaga zakat Dompot Sosial Madani?
2. Bagaimana evaluasi dalam lembaga zakat Dompot Sosial Madani?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Berdasarkan rumusan masalah yang penulis paparkan di atas, maka tujuan dan manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui lebih dalam lagi terkait strategi *fundraising* berbasis *online* pada lembaga zakat Dompot Sosial Madani.
- b) Untuk lebih mengetahui bagaimana penerapan strategi *fundraising online* dan evaluasinya dalam lembaga zakat Dompot Sosial Madani.

2. Manfaat penelitian:

- a) Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah dan memberi wawasan yang lebih luas terutama dalam bidang strategi *fundraising online*.

- b) Secara praktis

Berangkat dari hasil penelitian ini semoga skripsi ini bisa memberikan kontribusi secara tertulis bagi *fundraiser* ataupun calon *fundraiser* dalam pengembangan strategi *fundraising online* dalam pengumpulan ataupun evaluasi pengumpulan dana dengan media online bisa lebih maksimal.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari kesamaan dan plagiarism, maka berikut ini penulis akan sampaikan hasil penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian dari Evi Lailatun Nafiah tahun 2018 yang berjudul *Fundraising LAZIZNU dalam perolehan zakat, infaq, dan sodaqah di Kecamatan Lumpung Kabupaten Batang*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan cara *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*). Teknik pengumpulan data yang dilakukan meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam skripsi ini deskriptif kualitatif. Proposal ini membahas tentang bagaimana metode pengumpulan dana *fundraising* pada LAZIZNU Kabupaten Batang yang mana hasil dari penelitian ini penulis menemukan bahwa LAZIZNU Kabupaten Batang menggunakan metode *fundraising* langsung (*directfundraisng*) dan menggunakan *fundraising* tak langsung (*indirecfundraisng*).
2. Penelitian dari Eka Khumaidatul Khasanah tahun 2019 yang berjudul *Strategi penghimpunan dana (Fundraising) Wakaf Uang di KSPPS Tamziz Bina Utama*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan data primer dan sekunder. Tujuan penelitian ini untuk menemukan cara yang efektif dan efisien dalam pengumpulan dana serta dalam pengelolaan dana wakaf di KSPPS. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam skripsi yang ditulis oleh Eka Khumaidatul Khasanah hanya terfokus kepada bagaimana strategi yang efektif serta efisien oleh KSPPS Tamziz Bina Utama dalam pengumpulan dana wakaf.
3. Penelitian dari Muh Khfidhil Mustaqim tahun 2019 yang berjudul *Strategi Fundraisng Program Kaleng Sedekah LAZIZNU Kendal*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini berfokus tentang bagaimana

LAZIZNU Kendal dalam pengumpulan dana *fundraising* melalui program kaleng yang mana menggunakan unsur manajemen perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Skripsi yang ditulis oleh Muh Khfidhil hanya membahas tentang pengelolaan dana ZISWAF serta tentang strategi *Fundraisng* menggunakan kencleng yang ditaruh di rumah-rumah warga.

4. Penelitian dari Rizka Yasin Yusuf tahun 2018 yang berjudul Strategi *Fundraisng* di LAZNAS Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan method kualitatif. Penelitian ini melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini berfokus tentang strategi *fundraising* yang berfokus dengan kemitraan sehingga Dhompot Dhuafa dapat di terima oleh masyarakat. Kesimpulan dari skripsi yang ditulis oleh Rizka Yasin Yusuf membahas tentang strategi *fundraising* kemitraan yang diterpkan lembaga zakat Dompot Dhuafa dana apa saja hambatan dalam menjalin kemitraan dalam strategi *fundraising* kemitraan.
5. Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, memang sudah ada penelitian yang membahas terkait strategi *fundraising* pengumpulan dana zakat, infaq, sodaqah, dan wakaf tetapi penelitian diatas hanya membahas tentang strategi dan pengaplikasian strategi *fundraising* berbasis non media *online* dan hanya berfokus sampai pada pengelolaam dana, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis akan berfokus pada strategi *fundraising* berbasis media *online* serta evaluasi strategi *fundraisng* berbasis online dan tentunya penelitian penulis ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini layak dilakukan.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2010: 15).

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Menurut Creswell Studi kasus adalah penelitian mengenai subjek penelitian yang berkenaan dengan mengidentifikasi kasus yang berguna untuk studi, kasus tersebut merupakan sesuatu dengan waktu serta lokasi. Studi kasus memerlukan banyak sumber untuk mendapatkan datanya supaya bisa memberikan gambaran terperinci serta detail dari sebuah fenome yang terjadi (Wahyuningsih, 2013: 2)

2. Data dan Sumber Data

Data adalah kenyataan atau fakta baik berupa peristiwa, tulisan atau angka yang sengaja dikumpulkan atau dicatat melalui pengamatan atau wawancara untuk keperluan penelitian. Sumber data adalah suatu data yang diperoleh melalui dokumen, bangunan dan peristiwa. Dilihat dari sumbernya, terdapat dua macam data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder dan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka sumber data yang dipakai, yaitu:

a) Data Primer

Data primer adalah sumber data yang memberikan data secara langsung seperti: peristiwa atau kegiatan yang diamati langsung oleh peneliti, keterangan informan tentang dirinya, sikap dan pandangannya yang diperoleh melalui wawancara. Data primer dalam penelitian ini meliputi strategi *fundraising online* Dompot Sosial Madani, media *online* apa saja yang digunakan Dompot Sosial Madani, Evaluasi Dompot Sosial Madani, dan profil Dompot Sosial Madani. Data ini dilakukan dengan observasi dan wawancara.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah suatu datang yang diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen seperti peristiwa atau kegiatan yang diperoleh melalui media massa, buku atau jurnal yang ada hubungannya dengan penelitian (Djamal, 2015: 64) Sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi, jurnal, buku, profil lembaga dan semua informasi yang berkaitan dengan strategi *fundraising online* Dompot Sosial Madani.

3. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini meliputi:

a. Observasi

Observasi berarti mengamati masalah penelitian dapat dilakukan pula dengan cara pengamatan. Pengamatan (observasi) yakni mengamati gejala yang diteliti. Dalam hal ini panca indra manusia (penglihatan dan pendengaran) diperlukan untuk menangkap gejala yang diamati. Apa yang ditangkap tadi, dicatat. (Rahmadi, 2011: 80). Kegiatan Dompot Sosial Madani akan diamati melalui gambar terkait strategi *fundraising online* Dompot Sosial Madani dan apapun yang berhubungan dengan strategi *fundraising online* di Dompot Sosial Madani, guna melengkapi penelitian yang akan dibuat.

b. Wawancara

Menurut Kartono wawancara merupakan suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah dan ini merupakan proses tanya jawab lisan, di mana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik. (Mulyadi dkk,2019: 232)

Wawancara akan dilakukan dengan bagian staf *fundraising* bapak Luqman Hakim dan FO Anggen Kharisa A, staff program Indra Nico. Data yang diambil berkaitan dengan strategi *fundraising online* dan evaluasi strategi *fundraising* Dompot Sosial Madani.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mendapatkan data dari berbagai sumber tertulis, gambar ataupun arsip serta bisa juga lokasi di mana responden beraktivitas. Dokumen juga bisa dalam gambar atau hasil karya dari seseorang, dokumentasi merupakan penambah dari penggunaan cara observasi untuk menyajikan data factual serta bisa juga menggambarkan masalah-masalah yang ada ditempat penelitian (Agustinova, 2015: 39). Data dalam dokumentasi dalam penelitian ini mencakupi profil Dompot Sosial Madani, bulletin yang dilakukan Dompot Sosial Madani, artikel, brosur.

4. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data. Triangulasi artinya cara menguji keabsahan data dengan cara menggunakan suatu data diluar untuk pengecekan data atau pembandingan data yang ada (Sudaryana, 2018: 231).

- a. Triangulasi sumber adalah menguji data dengan cara membandingkan berbagai sumber yang berbeda (Djamal,2015: 131) yang dipakai dalam penelitian ini triangulasi sumber dimana peneliti melakukan wawancara dengan 3 orang yang berbeda terkait strategi *fundraising online* dan evaluasinya untuk menguji kredibilitas data.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebagaimana yang disampaikan Bogdan analisis data merupakan mencari serta menyusun dengan cara sistematis, kemudian data yang didapatkan mudah untuk dipahami sehingga bisa diinformasikan kepada orang lain, data yang diperoleh kemudian dilakukan pengorganisasian data serta dapat dijelaskan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola sehingga bisa mendapatkan data yang diperlukan untuk dipelajari serta bisa membuat kesimpulan untuk disajikan kepada orang lain.(Sugiyono, 2010: 334). Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penyajian Data (*Data Display*). Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Penyajian data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat narasi (Sugiyono, 2013: 249).
- b. Reduksi Data (*Data Reduction*). Data yang diperoleh dari lapangan, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci, maka perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya (Sugiyono, 2013: 247)
- c. Konklusi dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*), yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi yang disandarkan pada data dan bukti yang valid dan konsisten sehingga kesimpulan yang diambil itu kredibel (Sugiyono, 2013: 252-253).

F. Sistematika Penulisan

Penulis akan menyusun sistematika penulisan dengan tujuan untuk memudahkan dalam memahami gambaran secara menyeluruh tentang penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika penulisan skripsi, adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

- BAB I** : Pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis ataupun praktis, tinjauan pustaka, metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data dan sistematika penulisan.
- BAB II** : Bab ini merupakan bagian yang mencakup tentang kerangka teori dari skripsi ini. Adapun sub bab yang dibahas berkaitan dengan pengertian strategi, pengertian strategi *fundraising*, prinsip dasar *fundraising*, ruanglingkup *fundraising*, metode *fundraising*, tujuan *fundraising*.
- BAB III** : Gambaran umum Objek penelitian yang mencakup Sejarah Dompot Sosial Madani, legalitas Dompot Sosial Madani, visi dan misi Dompot Sosial Madani, struktur Dompot Sosial Madani, strategi *fundraising online* Dompot Sosial Madani, evaluasi Dompot Sosial Madani.
- BAB IV** : Gambaran dalam bab ini berisi tentang mengenai hasil penelitian ini mengenai strategi *fundraising* berbasis *online* pada lembaga zakat Dompot Sosial Madani Singaraja, penerapan strategi *fundraising online* pada Dompot Sosial Madani dan bagaimana evaluasi yang dilakukan Dompot Sosial Madani
- BAB V** : Bab ini merupakan bab penutup dalam skripsi dan mencakup bagian kesimpulan hasil penelitian, saran, daftar pustaka, lampiran-lampiran dan biodata penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi

Menurut Ismail Solihin strategi berasal dari Bahasa Yunani, *Strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *stragos* yang berkembang *stratos*(tentara) dan kata *agein*(memimpin). Istilah strategi dipakai dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai awal industrialisasi. Kemudian istilah strategi meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat, termasuk dalam bidang komunikasi (Ahmad, 2020:1-2)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:1376-1377), strategi memiliki arti sebagai berikut:

1. Ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.
2. Ilmu seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang, dalam kondisi yang menguntungkan.
3. Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.
4. Tempat yang baik menurut siasat perang

Strategi menurut manajemen organisasi ialah suatu rancangan besar yang memiliki tujuan yang jauh kedepannya yang sudah dipersiapkan rapi agar organisasi bisa melakukan komunikasi agar terjalannya organisasi yang saling mengerti dalam kondisi persaingan yang semuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai tujuan bersama yang telah ditetapkan organisasi yang dibentuk diawal (Yusuf 2018:14)

Dalam pengertiannya strategi memiliki beberapa arti, berikut beberapa pengertian strategi:

1. Menurut Simorangkir strategi adalah: merupakan seni dan ilmu dari pembuatan, penerapan dan evaluasi keputusan-keputusan startegis antara

fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya masa mendatang.

2. Menurut Lukito strategi adalah: mengutamakan strategi untuk memajukan organisasi dan strategi ini tidak hanya terbatas dalam pembentukan strategi saja tetapi juga konsep pelaksanaan membuat strategi itu menjadi kenyataan. (Ahmad, 2020: 3-5)

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan rencana yang cermat yang memiliki rancangan besar untuk mencapai suatu tujuan utama yang telah ditetapkan bersama.

B. Strategi Fundraising

1. Pengertian Strategi *Fundraising*

Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. *Fundraising* merupakan panduan dari kegiatan *fund* dan *raising*. *Fund* berarti dana sedangkan *raising* yang memiliki arti kata dasar *rise* berarti mengumpulkan, selain orang menggunakan istilah mengumpulkan, banyak juga yang menggunakan istilah menggalang atau menggali. Dengan demikian strategi *fundraising* merupakan kegiatan yang cermat dalam upaya mengumpulkan atau menggalang dana dalam rangka suatu kegiatan. Suparman lebih luas lagi memaknai *fundraising*, yaitu suatu penggalangan dana dari individu, organisasi, maupun badan hukum.

Berdasarkan makna dari istilah *fundraising* adalah suatu kegiatan yang cermat untuk menggalang dana atau menggali dana dalam rangka melakukan suatu kegiatan yang bersumber dari masyarakat dalam bentuk uang ataupun barang. Dana yang diperoleh untuk menunjang pelaksanaan pembangunan bidang kesejahteraan sosial (Cholique, 2015: 12-13)

Penjelasan mengenai *fundraising* bukan hanya tentang membahas dana saja akan tetapi *fundraising* pengaruhnya sangat berarti bagi eksistensi dan pertumbuhan lembaga atau organisasi. Tidak begitu mudah untuk

memahami ruang lingkup *fundraising*. Untuk memahaminya terlebih dahulu dibutuhkan pemahaman tentang substansi dari *fundraising* tersebut. Adapun substansi *fundraisng* dapat diringkas kepada tiga hal motivasi, program dan metode

Fundraising merupakan kegiatan yang sangat vital bagi organisasi dan lembaga dalam upaya menghidupkan program-program yang telah dirancang sedemikian rapi dan untuk menjalankan roda operasional agar organisasi atau lembaga bisa mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Begitu vitalnya peran *fundraising* dalam sebuah lembaga dan organisasi sehingga dapat dikatakan *fundraising* merupakan factor pendukung organisasi atau lembaga dalam membiayai program dan membiayai operasional (Abidah, 2016:168).

Menurut winarmo dalam penggalangan dana masyarakat merupakan salah satu wujud partisipasi masyarakat dalam pembangunan kesejahteraan sosial. Kementerian Republik Indonesia lebih melihat penggalangan dana (*fundraisng*) adalah upaya untuk menghimpun berupa uang atau barang dari masyarakat. Dana yang diperoleh dari masyarakat akan dikelola untuk menunjang program lembaga yang berupa kesehatan, pendidikan, sosial, agama dan kebudayaan dalam masyarakat setempat (Choliq, 2015:12).

2. Prinsip Dasar Strategi *fundraising*

Dalam melakukan kegiatan *fundraisng* kita harus memperhatikan prinsip dasar dari strategi *fundraisng* sebagaimana yang disampaikan Norton yang mana prinsip dasar *fundraising* yaitu:

- a) Harus meminta. Beberapa *fundraiser* sering kali melupakan bahwa ketika akan melakukan sesuatu harus melakukan pengumuman terlebih dahulu. Kegiatan *fundraising* yang efektif maka harus meminta sesuatu dengan jelas dari para donator sehingga tidak adanya kesalah pahaman.

- b) Pendekatan pribadi. Semakin dekatnya individu terhadap organisasi maka semakin mudah organisasi melakukan kegiatan penggalangan dana.
- c) Memahami sudut pandang donator. Seorang *fundraiser* melakukan kegiatan *fundraising* maka harus memahami sudut pandang donator jangan sampai *fundraiser* tidak memahami sudut pandang donator dan apabila seorang *fundraiser* tidak memahaminya maka donator tidak akan memberikan sumbangan.
- d) Menggalang dana berarti berhubungan dengan orang lain. Orang tidak akan memberikan sumbangan kepada lembaga yang abstrak.
- e) Menggalang dana berarti menjual. Menggalang dana bukan hanya sekedar meminta uang, tetapi lebih dari itu seorang *fundraiser* ide bahwa donator bisa memberikan perubahan dalam masyarakat.
- f) Kepercayaan dari hubungan masyarakat. Orang lebih suka serta cenderung memberikan donasi kepada lembaga atau organisasi yang sudah dikenal.
- g) Donatur tidak tahu berapa harus memberi sumbangan. Pada umumnya mereka para donator tidak ingin memberi terlalu besar dan terlalu sedikit.
- h) Mengucapkan terimakasih. Memberika ucapan terimakasih kepada donator itu merupakan bentuk penghargaan kepada donator.
- i) Tanggung jawab dan melapor. Seorang *fundraiser* harus memberikan laporan kepada donator terkait dana yang telah mereka sumbangkan sehingga tetap bisa menjaga kepercayaan donator dan akhirnya mereka akan menjadi donator tetap pada lembaga (Choliq, 2015:18)

3. Ruang Lingkup Fundraising

Fundraising memiliki ruang lingkup lebih luas dari pengertian sebelumnya. *Fundraising* tidak hanya mengumpulkan dana semata, tetapi, juga segala bentuk kepedulian yang diberikan masyarakat kepada organisasi ataupun lembaga dalam bentuk dana ataupun barang dan

fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan lembaga ataupun organisasi. Lembaga memerlukan alat transportasi untuk melakukan program-program, maka ada masyarakat yang memberikan kendaraanya yang telah tidak terpakai untuk digunakan menjalankan program.

Penejelasan yang sama juga dikatan oleh Suparman bahwa strategi *fundraising* tidak hanya identik dengan uang saja, ruang lingkupnya luas dan lebih mendalam yang mana pengaruhnya berpengaruh terhadap eksistensi lembaga. *Fundrasisng* memiliki memiliki 3 subtansi dasar yaitu:

- a) Motivasi, merupakan suatu rangkaian pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan atau alasan yang mendorong donatur untuk melakukan donasi dengan sebagian hartanya. *Fundraising* harus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan pada calon donatur untuk melakukan donasi atau yang berhubungan dengan dana. Pada umumnya yang menjadikan motivasi donatur menyumbang dana menurut Norton adalah:
 - 1) Kepedulian: memberikan sumbangan kepada kebaikan akan membuka kesempatan bagi orang yang baik untuk melakukan sesuatu yang berarti bagi kegiatan
 - 2) Kewajiban: memiliki kehidupan yang lebih baik dari orang lain. Agama mengajarkan setiap pengikutnya melakukan perbuatan amal. Beberapa agama mengajarkan memberikan sebagian hasilnya dari penghasilan yang diperolehnya.
 - 3) Rasa Bersalah: rasa bersalah yang dialami oleh seseorang akan menjadikannya melakukan sumbangan dan berharap persaaan bersalah yang dialaminya bisa hilang.

- 4) Pengalaman pribadi: orang yang sudah pernah melakukan sumbangan akan terdorong untuk melakukan sumbangan serupa.
- 5) Tekanan kawan- kawan sebaya: anggota kelompok akan merasa malu jika tidak melakukan sumbangan.
- b) Program, yaitu kegiatan pemberdayaan implementasi visi dan misi organisasi penggalangan dana yang terpercaya sehingga dapat membuat masyarakat percaya dan mampu tergerak untuk melakukan donasi atau yang berhubungan dengan pemberian dana.
- c) Metode *fundraising*, pola atau cara-cara yang dilakukan oleh organisasi ataupun lembaga dalam upaya pengumpulan dana atau penggalangan dana dari masyarakat. Metode *fundraising* harus mampu memberikan kemudahan dan manfaat lebih bagi para donatur ataupun masyarakat (Cholique, 2015:13-28)

4. Metode Strategi *Fundraising*

Metode *fundraising* ada beberapa metode dan tehnik yang sering digunakan. Suparman menyebutkan bahwa yang dimaksud strategi *fundraising* ialah suatu bentuk kegiatan yang khas yang dilakukan oleh sebuah organisasi dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. Metode ini pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu pengumpulan dana langsung (*direct fundraising*) dan pengumpulan dana tak langsung (*indirect fundraising*).

- a) Metode *fundraising* langsung (*direct fundraisng*) adalah metode yang menggunakan teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi wakif secara langsung. Ialah cara-cara *fundraising* yang mana proses interaksinya dan daya akomodasinya terhadap respon donator bisa langsung atau seketika dilakukan. Dengan metode ini apabila dalam diri donator muncul keinginan untuk melakukan sumbangan setelah mendapatkan promosi atau iklan dari *fundraiser* atau lembaga zakat,

maka donator bisa langsung melakukan donasi dan semua kelengkapan yang diperlukan donator untuk melakukan donasi sudah tersedia. Sebagai contoh dari metode ini ialah: *Directmail*, *Direct advertising*, *Telefundraising* dan persentasi langsung.

- b) Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*) adalah suatu metode pengumpulan dana yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donator secara langsung. Metode *fundraisng* ini dilakukan dengan tidak memberikan akomodasi langsung terhadap respon donator seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada terbentuknya citra organisasi atau lembaga yang kuat tanpa diarahkan untuk transaksi donasi pada saat itu. Contoh metode penggalangan dana tak langsung ini adalah: *advertorial*, peyelenggaraan *event*, melalui perantara, menjalin relasi, melalui refrensi, dan mediasi para tokoh.

Kedua metode dapat diterapkan dalam organisasi atau lembaga maka akan ada kelebihan dan kekurangan serta tujuannya masing-masing. Metode penggalangan dana langsung diperlukan karena tanpa adanya metode ini maka donator akan kesulitan dalam melakukan donasi dan metode ini akan tampak menjadi kaku dan berpotensi menciptakan kejenuhan maka lembaga harus pandai mengkombinasikan kedua metode *fundraising* diatas (Cholihq, 2015:15-16).

Klein mengindetifikasi bahwa ada tiga model strategi penggalangan dana sosial, yakni:

- a) *Acquisition Strategies*

Tujuannya utama dari strategi ini adalah mencari para donator atau masyarkat yang belum pernah berdonasi ke lembaga atau organisasi melalui media online atau menggunakan strategi yang belum pernah diterapkan.

b) *Retention strategies*

Tujuan strategi ini untuk mengarahkan kegiatan donasi berkelanjutan sampai menjadi kebiasaan berdonasi

c) *Upgrading strategies*

Tujuan strategi ini ialah mengarahkan donator agar melakukan donasi lebih banyak dari sebelumnya seperti memberikan apresiasi kepada donator melalui median online menemui langsung serta mengajak donator datang dalam acara- acara penting (Rachmasari dkk, 2016:367).

Eri sudowo membagi manajemen pengumpulan zakat menjadi dua, yaitu manajemen penggalangan dana dan layanan donator. Manajemen penggalangan dana yang dimaksud ialah:

a) **Kampaye**

Prose kampaye adalah memahami atau memberikan pembelajaran kepada masyarakat atau donator untuk melakukan ZISWAF.

b) **Kerjasama program**

membantu bisa dilakukan dengan saling membantu dalam pelaksanaan program lembaga atau perusahaan lain yang sehingga pada akhirnya sama-sama diuntungkan.

c) **Seminar dan diskusi**

Dalam melakukan kegiatan *fundraising* bisa juga dilakukan secara ilmiah tidak hanya menggunakan cara meminta-minta semata

d) **Pemanfaatan Rekening Bank**

Dalam penggalangan kita tidak bisa hanya menggunakan metode bertemu langsung atau melakukan kontak langsung saja bisa juga menggunakan pembayaran online hal ini dilakukan agar bisa mempersingkat waktu serta menjadi lebih efektif.

Sedangkan manjeman pelayanan donator yang dapat dilakukan seperti:

- a) Memberikan laporan evaluasi bisa dalam bentuk foto yang dapat dipertanggung jawabkan
- b) Memberikan ruangan kepada masyarakat untuk menyapikan kekurangan atau kelebihan
- c) Mendengarkan keluhan-keluhan serta menindak lanjuti keluhan yang disampaikan (Ibrahim, 2019:26-27)

3. **Tujuan Strategi *Fundraising***

Tujuan *fundraising* dapat dilihat dari berbagai sudut pandang *fundraising* yang berhubungan antara satu sama lain. Menurut Quebral, Teoral Roman. *Aspek fundraising* itu ialah:

a) *Organizational Management and Development*

Pengelolaan dan pengembangan lembaga atau organisasi merupakan hal mendasar penggalangan dana, karena melibatkan, membina dan memperkuat organisasi dan mempersiapkan kegiatan penggalangan dana sesuai dengan visi, misi dan tujuan dari organisasi. Dalam proses ini pemimpin harus memperhatikan visi, misi dan tujuan organisasi serta harus bisa mengelola anggota dan sumberdaya lainnya.

b) *Communication and Prospecting*

Setelah memastikan kesiapan organisasi atau lembaga dalam penggalangan dana maka langkah selanjutnya memastikan kelangsungan dan pembangunan jangka panjang lembaga atau organisasi dengan cara mengakuisisi donator dan mempertahankan basis konstituensi yang cukup besar.

c) *Relationship Building*

Dalam sebuah organisasi nirlaba untuk mencapai kesinambungan keuangan jangka panjang, tidak cukup hanya mengandalkan dukungan publik. Adapun hal yang lebih penting ialah menjaga hubungan yang sudah ada, membangun yang baru dan terus mengembangkan jaringan dari mitra yang telah berkomitmen (Choliq, 2015:23-24).

d) Menghimpun dana

Menghimpun dana merupakan tujuan *fundraising* yang mendasar baik berupa barang ataupun jasa yang memiliki nilai material dan ini menjadi sebab kenapa *fundraising* itu dilakukan.

e) Menghimpun donatur

Lembaga yang melakukan *fundraising* harus menambah jumlah donatur untuk menambah jumlah donasi yang bisa diperoleh, maka dalam hal ini ada 2 cara yang dapat ditempuh yakni menambah

donatur yang ada dalam lembaga atau menambah donasi dari setiap donatur. Menambah donatur merupakan cara yang lebih mudah maka *fundraising* harus selalu menambah donatur dari waktu ke waktu.

f) Menghimpun simpatisan dan pendukung

Menghimpun simpatisan merupakan tujuan dari *fundraising* karena simpatisan bisa menjadi simpatisan atau promotor yang positif tentang lembaga kepada orang lain. Kelompok seperti ini diperlukan oleh lembaga karena bisa menjadi pemberi kabar informal kepada setiap orang yang membutuhkan.

g) Membangun citra lembaga

Aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah lembaga, baik langsung atau tidak langsung tanpa disadari akan membentuk citra lembaga karena *fundraising* merupakan garda terdepan dalam berintraksi kepada masyarakat. Informasi dan intraksi yang dilakukan *fundraising* akan membentuk citra lembaga yang bersifat positif ataupun negative kepada masyarakat.

h) Memuaskan donatur

Memuaskan donatur merupakan tujuan yang berjangka panjang karena jika donatur merasa puas mereka akan melakukan donasi tetap kepada lembaga dan mereka juga akan menceritakan lembaga dengan positif kepada masyarakat. (Amri, 2019: 282-283)

C. Media Online

1. Pengertian Media Online

Menurut Azhar Arsyad media adalah segala sesuatu yang berupa serta komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan sesuatu yang diucapkan atau ditulis dengan maksud menginformasikan. Kata media berasal dari kata latin *medius* yang secara harfiah memiliki arti “jembatan” atau “pengantar” (Maisratun, 2020:15). Dalam Bahasa Indonesia istilah *online*

dipadankan menjadi dalam jaringan, yaitu perangkat elektronik yang terhubung ke internet dan media *online* adalah media yang terbit dalam dunia maya yang memiliki akses tak terbatas pada ruang dan waktu. Semua orang dapat mengaksesnya dimanapun dan kapanpun selama ada jaringan yang menghubungkan dengan internet (Lutfi, 2019:37).

Media sosial adalah media *online* yang melakukan sosialisasi dalam dunia maya. Sosial media menggunakan jejaring online yang bernama web yang mengubah komunikasi yang aslinya jauh seakan-akan menjadi dekat dan berkesinambungan sebagaimana melakukan dialog berhadap-hadapan. Beberapa situs media sosial yang saat ini lagi populer saat ini, antara lain: Blog, Twitter, masangger, Instagram, line, dan mi-chat. Media sosial bisa diartikan menjadi penghubung di dunia maya yang mengeratkan yang jauh ataupun yang dekat sekaligus sebagai tempat untuk menjaga hubungan (Ibramim, 2019:28).

2. Fungsi Media Sosial

Fungsi media sosial sendiri memiliki beberapa fungsi, adapun fungsinya:

- a) Dalam hal ini dunia maya terbentuk guna memenuhi kebutuhan para penikmat media sosial dalam berintraksi.
- b) Media sosial memiliki kegunaan yang lebih dari satu bukan hanya untuk berkomunikasi dua arah tapi bisa juga komunikasi satu arah. Sehingga memungkinkan penggunaanya untuk melakukan aktivitas dalam media sosial.
- c) Penggunaan media sosial sangat memberikan perbedaan dalam penggunaanya untuk masyarakat terutama dalam hal memberikan informasi serta yang menerima informasi mulai dari informasi yang disampaikan berupa video ataupun audio. (Junawan dkk, 2020:45)

3. Manfaat Media Sosial

Media sosial sendiri juga memiliki beberapa manfaat, adapun manfaat media sosial:

- a) *Browsing, browsing* merupakan salah satu kegiatan dari media sosial yang banyak digunakan. Dengan *browsing* tersebut *user* dapat mengunjungi berbagai tempat di dunia dan mendapatkan informasi dari belahan dunia.
- b) Membaca berita, dalam media sosial bisa mendapatkan berita lebih cepat, terkini dan akurat.
- c) *Chatting social, chatting* merupakan kegiatan komunikasi antar pengguna sosial media. Jika ingin mencari teman atau mencari tempat untuk berbagi cerita sangat mudah dengan cukup menulis pesan di sebuah aplikasi yang ada handphone atau komputer yang memilikikoneksi internet (Lutfhi, 2019:38-39)
- d) Sarana perencanaan, media sosial bisa digunakan sebagai sarana untuk pembentukan perencanaan dalam sebuah organisasi. Sebab itu media sosial media yang sangat diperlukan dalam melakukan kegiatan manajemen dan dalam dunia *marketing* media sosial merupakan alat yang sangat membantu dalam melakukan pemasaran serta perencanaan. Misalnya saja dalam pengumpulan dana, promosi, mencari pelanggan, menciptakan loyalitas *customer*, mendidik publik, sampai bisa menjadi wadah untuk masyarakat memberi masukan.
- e) Sarana kontrol. Sosial media bisa menjadi alat dalam melakukan aktivitas evaluasi serta menentukan perencanaan yang akan dilakukan serta yang telah dijalankan lembaga atau organisasi. Media sosial juga bisa digunakan untuk mengukur pemahaman masyarakat dalam suatu informasi serta bisa juga digunakan untuk mengetahui kebutuhan

masyarakat, semua itu bisa diketahui melalui media sosial (Junawan dkk, 2020:46)

D. Evaluasi

1. Pengertian Evaluasi

Berdasarkan pengertian evaluasi adalah suatu tindakan menilai kekurangan serta kelebihan program menggunakan tolak ukur sesuai dengan standar yang telah ditentukan ataupun yang telah ditetapkan sehingga apabila terjadi kesalahan bisa langsung diketahui dan dicarikan solusinya (Nursam, 2017: 173). Ada pendapat ahli terkait definisi evaluasi antara lain:

Wibowo mengartikan evaluasi ialah esuatu kegiatan untuk melihat hasil kerja atau keberhasilan pekerja, lembaga ataupun organisasi dalam melakukan pekerjaanya.

Surya Dharma mengartikan evaluasi suatu aktivitas yang dilakukan organisasi, lembaga ataupun perusahaan dalam menilai pencapaian yang telah ditetapkan (Abdullah, 2014:5).

2. Jenis-Jenis Evaluasi

Berdasarkan pendapat Yusuf Tayib Nafis ada beberapa jenis evaluasi antara lain, sebagai berikut:

a) Evaluasi Konteks

Evaluasi konteks ialah evaluasi yang membantu perencanaan keputusan, menentukan kebutuhan yang telah ditargetkan untuk memenuhi program dan merumuskan tujuan program.

b) Evaluasi Masukan

Evaluasi masukan ialah evaluasi yang menentukan pengambilan keputusan, menentukan pencapaian yang akan dicapai dan menentukan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan. Terdapat tiga unsur yang haru ada dalam evaluasi masukan yaitu: peserta, pelaksana, dan program.

c) Evaluasi proses

Evaluasi proses ialah diarahkannya sampai sejauh mana rencana yang dilaksanakan sesuai prosedur. Evaluasi ini memilih aktivitas yang mana harus melibatkan pelaksana (staf) dengan penerima (klien).

d) Evaluasi hasil

Evaluasi ini merupakan evaluasi tahap akhir dan dengan evaluasi ini akan terfokus ketercapaian tujuan, kesesuaian proses dengan pencapaian tujuan dan ketepatan tindakan dalam pelaksanaan (Saniyah, 2018:29-).

3. Tujuan dan fungsi evaluasi

Pada dasarnya tujuan diadakannya evaluasi ialah untuk membuat pekerjaan menjadi lebih baik melalui peningkatan. Secara lebih detail terkait tujuan evaluasi disampaikan oleh Agus Sunyoto adalah, sebagai berikut:

- a) Meningkatkan perasaan saling memahami
- b) Memberikan penghargaan kepada sorang karyawan yang lebih baik
- c) Memberikan wadah kepada karyawan untuk menyampaikan pendapat.
- d) Menentukan strategi untuk sasaran masa yang akan datang
- e) Mengevaluasi kembali pelaksanaan dan program yang sesuai dengan kebutuhan acara.

Sedangkan fungsi dari evaluasi secara umum ialah, sebagai berikut:

f) Mengukur kemajuan

Fungsi evaluasi sebagai alat tolak ukur melakukan penilaian terhadap sudah sampai dimanakah pekerjaan yang telah dilaksanakan.

g) Menunjang penyusunan rencana

Fungsi dari adanya evaluasi ialah sebagai penunjang penyusunan kinerja dari rencana-rencana yang telah ditetapkan.

h) Memperbaiki atau melakukan penyempurnaan kembali evaluasi yang telah dilakukan secara berkesinambungan. (Saniyah, 2018: 22-26)

E. Lembaga Zakat

1. Pengertian Lembaga

Lembaga zakat adalah suatu wadah yang memiliki tugas pengumpulan, pengelolaan dan pendistribusian zakat yang diterima dari muzakki atau donatur, baik secara perorangan ataupun badan usaha dimana penerimaan dana zakat sesuai dengan kaidah islam.

Lembaga zakat juga merupakan salah satu lembaga yang berperan untuk mengumpulkan dana zakat dari para masyarakat yang sudah memiliki kewajiban untuk menunaikan zakat dan menyalurkan kepada para masyarakat yang mengalami kekurangan ekonomi.

2. Jenis lembaga zakat

- a) Badan Amil Zakat (BAZ) merupakan lembaga nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri
- b) Lembaga Amil Zakat merupakan lembaga pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk oleh masyarakat yang memiliki izin pejabat yang berwenang seperti Menteri atau pejabat yang ditunjuk oleh Menteri. Lembaga Amil Zakat memiliki peran pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah dan sosial keagamaan lainnya yang dilakukan sesuai dengan syariat islam.

3. Fungsi Lembaga Zakat

Fungsi lembaga zakat adalah mendistribusikan dana zakat, sedekah, infaq yang diperoleh atau dikumpulkan dari para donatur kemudian dana yang diperoleh dari para donatur kemudian di distribusikan kepada masyarakat yang membutuhkan. (Holil,2019:15).

BAB III
GAMBARAN UMUM DAN STRATEGI *FUNDRAISING ONLINE* DOMPET
SOSIAL MADANI

A. Profil Dompot Sosial Madani

1. Sejarah Dompot Sosial Madani

Dompot Sosial Madani berawal dari aktivitas kepedulian dikantor Depertemen Keuangan, Denpasar (Pajak, BAKUN, BPKP). Sejumlah PNS muslim memiliki inisiatif melakukan kegiatan pengumpulan dana sosial. Dana yang terkumpul setiap bulannya dari ZIS, tips atau ucapan terimakasih yang diberikan dari wajib pajak, kemudian dana ini disalurkan untuk para keluarga miskin, anak-anak yatim, pembangunan sosial keagamaan, dan fasilitas umum.

Potensi kebaikan yang semakin meluas mendorong beberapa pegawai keuangan untuk mendirikan yayasan sosial. pendirian ini dilakukan agar aktifitas kedermawanan ini dapat dikelola secara terpercaya dan amanah. Pada tgl 25 agustus 2001 atau 6 jumadil akhir 1422 berdirilah sebuah lembaga zakat bernama Dompot Sosial Madani yang berawal dari inisiatif para pegawai keuangan, pendirian ini tertera di Akta Notaris I Putu Chandra, SH No.187 tanggal 25 Agustus 2001. Para pendiri awal Dompot Sosial Madani ada 7 orang:

- a) Saifuzzuhri
- b) Mohammad Firdaus
- c) Juneidy
- d) Syapuloh
- e) Agus Yulianto
- f) Mudjiono
- g) Heri Sukarmani.

Dompot Sosial Madani awalnya didirikan untuk memfasilitasi kepedulian terutama pegawai perkantoran, pada operasional awal

manajemannya masih sangat sederhana, SDM operasional hanya satu, mahasiswa baru lulus, bernama R.N. Aksanu Takwin, ST. Pendiri yang aktif dalam pengembangan operasional bapak Saifuzzuhri, SE, PNS pajak Karena kesibukan tim pengembang dan operasional maka para pendiri lain membantu mencari donator termasuk mengenalkan Dompot Sosial Madani ke tokoh tokoh muslim di BALI seperti MUI, Kantor pertama Dompot Sosial Madani berada di Puri perumahan Watunegoro, tempat ini mendapat pinjaman dari salah satu pendiri, kemudian ke Palapa VII dan pindah lagi ke Jalan Tukad Pakerisan 70X Panjer Denpasar. Pada hari juma'at, tanggal 16 November 2001.

Dompot Sosial Madani memasuki kegiatan Ramadhan untuk pertama kali, kegiatan galang dana dan penyaluran dana cukup gencar dan Dompot Sosial Madani mendapatkan dana sebesar 101 juta. Pada tanggal 12 Oktober 2002 terjadi bom bali pertama di Paddy's Pub dan Sari Club di Jalan Legian, Kuta, Bali. Saat itu posisi pendiri DSM akan menuju ke Karangasem untuk melakukan kegiatan safari dakwah ke pelosok. Kejadian Bom Bali I mengakibatkan korban jiwa, termasuk dari kalangan muslim. Tindakan teror ini mengakibatkan citra umat Islam buruk dan hubungan dengan warga Bali menjadi renggang. Pariwisata Bali terpuruk. Wisatawan eksodus. Perekonomian Bali di berbagai sektor terhenti.



Gambar 1. Bom Bali 1

Bencana Tsunami Aceh melanda saudara kita di Aceh. Hari minggu, 26 Desember 2004, masyarakat Indonesia dikejutkan dengan bencana tsunami dahsyat. Bencana tsunami dipicu gempa 9,0 skala Richter selama 10 menit. Mengakibatkan 230.000–280.000 meninggal dan lainnya hilang.

DSM turut mengirim relawan kemanusiaan pada bulan Februari 2005. Tim terdiri Gigih Ardika, Arif Widodo, Bambang Widjanarko, dan Ardi Winardi. Gigih di posko Indarpuri. Arif di posko Lambaro. Tim bertugas menyiapkan kendaraan dan driver untuk angkut dan distribusi bantuan. Pasca Tsunami Aceh, penambahan SDM dilakukan. Sebagian SDM alumni Universitas Udayana (UNUD). Ada Hendry Sulistiono, Istanto, Achmad Khanafi, Siti Nurdiansah, Ahmad Rosadi Lubis dan Akh Alim Mahdi.

Aktivitas kepedulian semakin diperluas, termasuk untuk membantu keluarga miskin di luar muslim. Perbaikan hubungan dengan warga Bali, terjadi bom ke dua. Pengeboman Bali II terjadi pada tanggal 1 Oktober 2005.

Fase Perubahan 2.0 merupakan langkah perbaikan tata kelola sumberdaya, keuangan, dan organisasi, agar pengelolaan DSM lebih profesional. Sebagai upaya untuk mengoptimalkan layanan sosial kemanusiaan di Bali, dilakukan perubahan nama yayasan. Yayasan Dompet

Sosial Muslim Bali berganti nama menjadi Yayasan Dompot Sosial Madani Bali. Perubahan ini sebagai spirit baru dalam membantu masyarakat secara lebih luas. Mewujudkan masyarakat madani (*civil society*).

Nama Dompot Sosial Madani tetap dipertahankan, karena sudah dikenal, dan memiliki kontribusi cukup luas dalam membantu masyarakat miskin di Bali. Masyarakat Madani dapat diartikan sebagai suatu masyarakat yang beradab dalam membangun, menjalani, dan memaknai kehidupannya. Kata madani sendiri berasal dari bahasa arab yang artinya civil atau civilized (beradab).

Dasar utama dari masyarakat madani adalah persatuan dan integrasi sosial yang didasarkan pada suatu pedoman hidup, menghindarkan diri dari konflik dan permusuhan yang menyebabkan perpecahan dan hidup dalam suatu persaudaraan. Guna mendukung perubahan lembaga, DSM sejumlah unit di antaranya Lembaga Pengembangan Insan Madani (LPIM), BMT, Layanan Kesehatan Madani (LKM) lalu berubah menjadi Rumah Sehat Madani (RSM) pada tahun 2009.

Tahun 2011 DSM berbenah, berubah untuk melakukan kebaikan yang lebih besar lagi. Menguatkan eksistensi sebagai lembaga yang terpercaya dan profesional dalam mengelola kegiatan kepedulian di Bali. 27 November 2011 DSM melakukan perubahan logo. Berupa bola dunia dan dua tangan menyerupai sabit, menggambarkan usaha DSM untuk lebih bekerja keras, tumbuh, dan lebih segar.

Di fase ini aktivitas pemberdayaan lebih diperkuat dengan melakukan bantuan dan pendampingan usaha. Pembangunan gedung tambahan untuk melayani persalinan. DSM mendirikan sejumlah unit usaha seperti penjualan hewan qurban dan layanan aqiqah. Proses integrasi lembaga dan pelayanan juga lebih diperkuat di fase ini.

Fase Perubahan 3.0 merupakan tahap pengembangan lebih lanjut. Membangun nilai keunggulan, penguatan brand penguatan legal,

pemberdayaan, dan membangun pondasi fundraising secara online. Penyegaran komunikasi dilakukan melalui perubahan identitas visual. Pilihan warna lebih selaras, dan menampilkan tagline baru "Bersama Peduli Sesama". Tagline ini sebagai spirit DSM dalam bekerja melakukan sinergi dengan berbagai pihak.

Dirumuskan *institutional culture* berupa nilai-nilai lembaga. Nilai sebagai pemantik giat kepedulian tim DSM. Nilai SPEED terdiri synergy, powerfull, ethics, empowerment, dan development.

Di fase 3.0 DSM memperoleh penghargaan :

- a) BAZNAS Award 2017, LAZ Provinsi Dompot Sosial Madani sebagai LAZ Provinsi dengan pendistribusian dan pendayagunaan terbaik.
- b) BAZNAS Award 2018, LAZ Provinsi Dompot Sosial Madani sebagai LAZ Provinsi dengan laporan tahunan terbaik.



Gambar 2, Baznas Award 2018



Tahun 2019 dimaulai fase *Scale Up*, focus pada keunggulan value : ramah lingkungan, cepat, efektif, inovatif, pemuda, kemandirian, digital, tumbuh berkelanjutan dan berkarakter. Perubahan untuk menyelaraskan era industri 4.0 dilakukan melalui sejumlah pembenahan internal. Mencakup seluruh aspek lembaga, yakni operasional program, dan fundraising. Penyegaran kantor dan identitas visual dilakukan untuk memberikan sentuhan jiwa yang selaras dengan spirit generasi millennial dan ramah lingkungan. Diharapkan DSM semakin tumbuh berkelanjutan dan bermanfaat bagi Bali, Indonesia, bahkan dunia.

2. Legalitas Dompot Sosial Madani

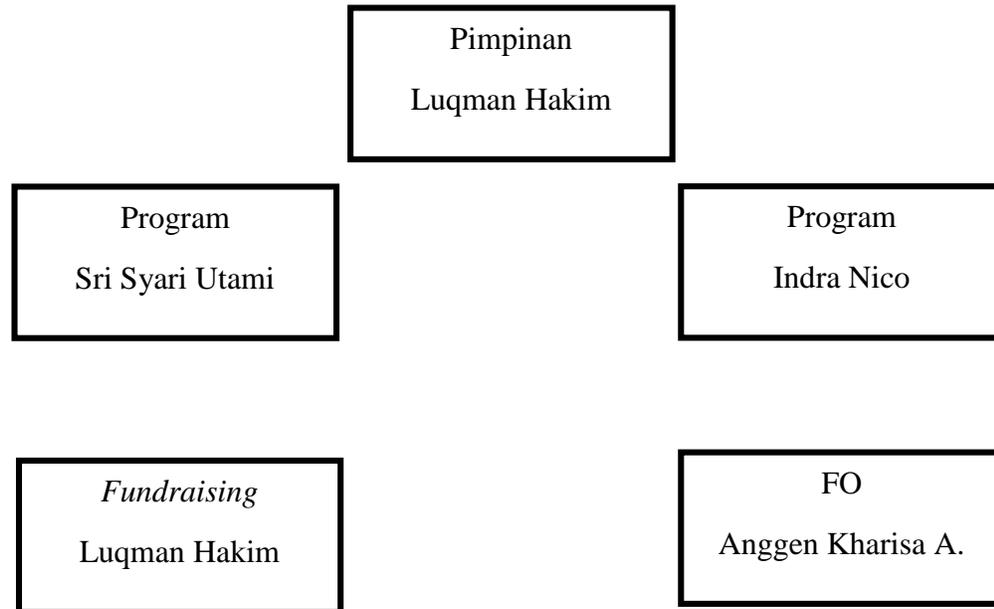
- a) Akta pendirian notaris Putu Eka Lestary, SH No.30 Tanggal 18 Februari 2021
- b) Pengesahan akta pendirian keputusan menteri hukum dan hak asasi manusia Republik Indonesia No: AHU006709. AH.01.12. Th.2021 tanggal 19 februari 2021
- c) Surat keterangan terdaftar dinas kesejahteraan sosial Provinsi BALI No 466.3/2159/DINSOS
- d) Keputusan Dirjen bimas islam RI nomor DJ. II/818 Tahun2021
- e) NPWP 02.217.928.7-903.000

- f) Surat rekomendasi BAZNAS No.37/BAZNAS/BLL/II/2022 (<http://dsmbali.blogspot.com/p/profil.html?m=1> diakses pada tanggal 16 Oktober 2021 pukul 09:01).

3. Visi dan Misi Dompot Sosial Madani

- a) Visi Dompot Sosial Madani
Sebagai lembaga nirlaba pengelola zakat berdasarkan prinsip-prinsip amanah, madirir, dan professional guna meningkatkan manfaat nyata bagi kesejahteraan masyarakat.
- b) Misi Dompot Sosial Madani
1. Memberikan kontribusi bagi terselenggaranya manajemen amil zakat yang amanah dan professional.
 2. Mendorong terwujudnya kepedulian masyarakat kepada kaum dhuafa menuju keberdayaan dan kesejahteraan.
 3. Menumbuhkan sinergi pengelolaan dana ZISWAF dan dana sosial lainnya di provinsi BALI.
 4. Meningkatkan daya guna dan hasil guna dana ZISWAF dan dana sosial lainnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dhuafa (<http://dsmbali.blogspot.com/p/profil.html?m=1> diakses pada tanggal 16 Oktober 2021 pukul 09:01)

4. Struktur Organisasi Dompets Sosial Madani



5. Program Kerja Dompets Sosial Madani

Sebagai lembaga yang lahir dari masyarakat. Dompets Sosial Madani memiliki program yang dipasarkan dalam upaya kegiatan *fundraising*, program Dompets Sosial Madani adalah:

a) Layanan Kesehatan

Layanan kesehatan merupakan program Dompets Sosial Madani yang diberikan kepada masyarakat secara gratis di daerah yang sekiranya membutuhkan. Layanan ini bertujuan untuk memberikan kemudahan akses bagi masyarakat yang tinggal di wilayah kurang mampu dan jauh dari akses fasilitas kesehatan

b) Pendidikan

Dompets Sosial Madani ikut serta dalam bagian pendidikan dengan cara membuat program yang berkaitan dengan pendidikan seperti menguatkan

belajar dimana Dompot Sosial Madani membantu anak-anak yang tidak mampu dalam dunia pendidikan yang kemudian akan dibantu secara ekonomi atau kebutuhan pembelajaran.

c) Ekonomi

Kemiskinan merupakan masalah sosial yang telah lama di hadapi masyarakat terutama daerah Singaraja provinsi Bali berbagai program kebijakan dari pemerintah yang telah dilakukan belum sepenuhnya mengatasi kemiskinan yang ada. Dompot Sosial Madani membuat program yang berkaitan dengan pemberdayaan ekonomi dari mulai perorangan serta kelompok masyarakat dengan tujuan untuk membantu masyarakat yang masih mengalami masalah ekonomi atau berada dalam garis kemiskinan.

d) Pembangunan Sosial

Pembangunan sosial merupakan program yang dilakukan Dompot Sosial Madani bagi masyarakat yang memiliki rumah tetapi masih belum layak huni. Desa Pegayaman di Kota Singara Menjadi salah satu tempat dalam menjelankan program ini dikarenakan masih banyak masyarakat yang memiliki rumah tapi tidak layak huni. Selain mengkampanyekan program tersebut Dompot Sosial Madani juga mengajak masyarakat untuk berdonasi mendukung program melalui media *online* yang disediakan Dompot Sosial Madani di *website* pribadi Dompot Sosial Madani.

e) Takjil Ramadhan

Setiap menjelang Ramadhan, kebutuhan akan menu berbuka puasa tentunya sangat tinggi. Berangkat dari motivasi tersebut, Dompot Sosial Madani menggagas program takjil Ramadhan yang mana sasarannya para masyarakat berpuasa yang ada dijalanan. Program ini dibuat dengan tujuan membantu masyarakat muslim yang ada di jalanan yang sedang menjalankan ibadah puasa.

f) Bersih Masjid

Masjid merupakan simbol dari kebesaran Islam dan sebagai tempat ibadah umat Islam. Tentunya kebersihan masjid harus dijaga karena kebersihan masjid menjadi cerminan bagi umma muslim. Namun di Singaraja masih saja ada yang masih masjidnya kotor. Berangkat dari masalah itu Dompot Sosial Madani mengadakan program bersih masjid dengan harapan kedepannya masjid menjadi tempat pelaksanaan ibadah yang nyaman bagi semua pihak, sehingga ibadah menjadi lebih khusyu'.

g) Membangun Rumah Ibadah

Dompot Sosial Madani juga memiliki program membangun rumah ibadah, Bali merupakan provinsi yang mana umat muslim masih menjadi minoritas serta rumah ibadah masih jarang ditemui untuk itu membangun rumah ibadah merupakan salah satu hal yang diperlukan umat muslim di Bali terutama di Singaraja untuk menjalankan ibadahnya secara khusyu'.

h) Buka Puasa Plosok

Memberikan buka puasa kepada orang lain pahalanya sama seperti orang berpuasa. Hal tersebut menjadi semangat bagi kaum muslim untuk saling berbagi buka puasa. Program ini dijalankan oleh Dompot Sosial Madani dengan memberikan buka puasa kepada masyarakat muslim yang ada di pelosok seperti di desa Batu Gambir yang letak desanya berada diatas bukit dan berjarak 1,5 jam dari kota Singaraja diharapkan bisa berbagi nikmat dalam berbuka puasa pada masyarakat muslim yang dipelosok kota Singaraja.

i) Santunan Anak Yatim

Dompot Sosial Madani memiliki program santunan anak yatim kepada anak yatim yang memerlukan bantuan sebagaimana Annisa Azahra merupakan anak yatim yang dibantu Dompot Sosial Madani dan

para donatur bisa melakuakn donasi kepada Dompot Sosial Madani yang kemudian akan disalurkan kepada adinda Annisa Azahra.

B. Strategi *Fundraising online* Dompot Sosial Madani

1. Perencanaan Strategi *Fundraising online* Dompot Sosial Madani

Dompot Sosial Madani dalam bidang *fundraising* terlebih dulu melakukan rapat perencaaan yang membahas terkait perencanaan strategi *fundraising online* dan membahas terkait apa yang akan dilakukan untuk melakukan kegiatan *fundraising online*. Penentuan strategi dalam sebuah kegiatan bisa membantu mencapai apa yang dijadikan tujuan. Dompot Sosial Madani menentukan media *online* sebagai salah satu strategi dalam penggalangan dana ZISWAF.

Adapun media *online* yang digunakan untuk penggalangan dana ZISWAF antara lain *whatsapp, tiktok, facebook, Instagram*. Selain itu Dompot Sosial Madani juga menyediakan pembayaran ZISWAF melalui *online* seperti: website Dompot Sosial Madani, Kitabisa.com. transfer Bank.

Kategori donatur Dompot Sosial Madani Singaraja yakni donatur tetap dan tidak tetap dan terkait perencanaan strategi yang digunakan dalam pengumpulan dana ZISWAF. Penentuan strategi ini dilakukan supaya dalam upaya pengumpulan dana ZISWAF bisa lebih efektif dan efisien karena donatur mendapatkan pelayanan sesuai dengan kapasitas donatur sendiri.

Penentuan strategi *fundraising* juga membuat *fundraiser* dapat optimal dalam pengumpulan dana ZISWAF di kota Singaraja dan bisa lebih optimal untuk melakukan pendekatan kepada para donatur ataupun calon donatur.

Untuk pengumpulan dana yang dilakukan tim fundraising terlebih dahulu melakukan rapat untuk perencanaan strategi dengan menentukan apa yang akan digunakan untuk mengumpulkan dana ZISWAF supaya dana yang dikumpulkan bisa optimal dan dalam rapat yang dilakukan kemudian dalam rapat juga saya menentukan media media apa saja yang digunakan. Donatur dalam Dompot Sosial Madani begitu beragam ada donatur tetap dan donatur tidak tetap, beragamnya donatur ini harus diperhatikan

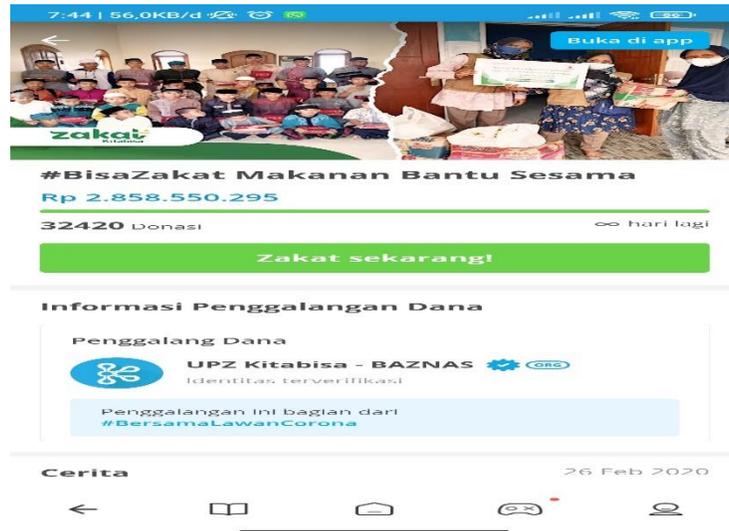
supaya memudahkan para donatur ataupun calon donatur melakukan zakat., infaq, sodaqah, wakaf. Dompot Sosial Madani juga akan melakukan evaluasi pekanan, bulanan, tahunan untuk mencari tahu perencanaan yang telah ditetapkan sesuai atau tidak dengan donatur. Hal ini sudah dilakukan Dompot Sosial madani dari sejak dulu (wawancara dengan bapak Luqman sebagai fundraiser pada pada tanggal 16 maret 2022)

2. Penerapan Strategi *Fundraising Online*

Dompot Sosial Madani dalam upaya mengumpulkan dana ZISWAF kepada masyarakat muslim di Bali yang mana masyarakat muslim masih menjadi minoritas serta daerah muslim yang masih jarang. Penerapan *fundraising* yang digunakan adalah *fundraising online* tujuannya supaya masyarakat muslim mudah menyalurkan ZISWAF ke lembaga Dompot Sosial Madani.

Fundraising online yang dilakukan dompet sosial madani yakni melalui pemanfaatan media online, adapun media sosial yang digunakan Dompot Sosial Madani dalam *fundraising*, seperti:

- a) *Website* pribadi Dompot Sosial Madani: dompet sosial madani menyediakan *website* bagi para donator atau calon donatur untuk melakukan donasi tanpa harus datang mendatangi kantor Dompot Sosial Madani, dalam *website* Dompot Sosial Madani para donator atau calon donator cukup membuka *website* kemudian memilih berbagai program yang tersedia di *website* kemudian para donator atau calon donator memasukkan nominal yang ingin dikeluarkan untuk program yang dipilih.



Gambar 1. Website Dompot Sosial Madani



Gambar 2. Website Dompot Sosial Madani

- b) Facebook, instagram: dompet Sosial madani juga melakukan aktifitas melalui aplikasi aplikasi tersebut, Dompot Sosial Madani melakukan aktifitas *fundraisingnya* dengan cara mengunggah aktivitas-aktivitas program mereka yang dibarengi dengan kata-kata.



Gambar 3. Facebook pribadi Dompets Sosial Madani



Gambar 4. Instagram pribadi Dompets Sosial Madani

- c) whatsapp: Dompot Sosial Madani juga melakukan aktifitas *fundraising* dengan cara menggunakan akun-akun pribadi karyawannya dengan *memfollow up* kegiatan-kegiatan Dompot Sosial Madani melalui *chat* pribadi para donator atau calon donator dan menjadikan kegiatan Dompot Sosial Madani menjadi *story-story* video berdurasi singkat.



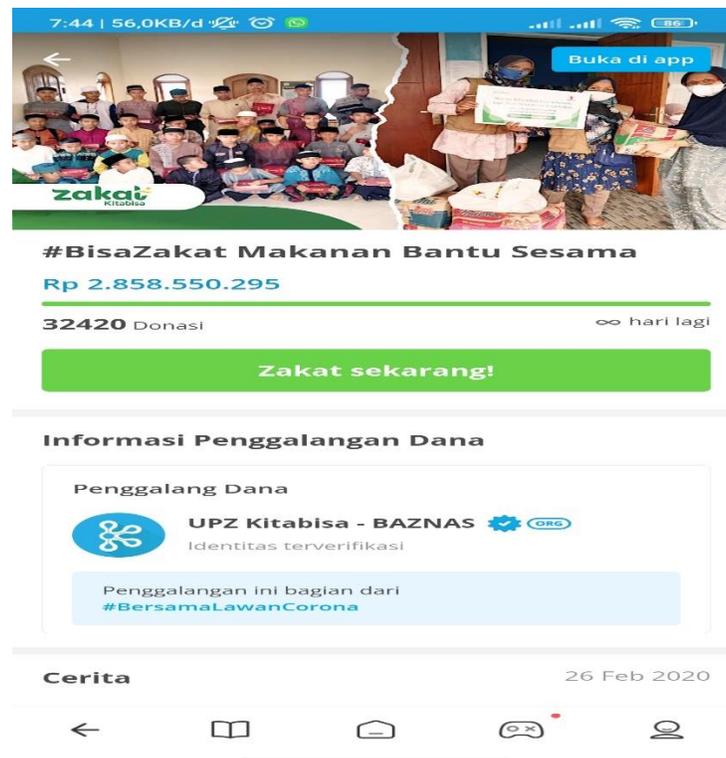
Gambar 5. Whatsapp pribadi *fundraiser* Dompot Sosial Madani

- d) Youtube: Dompot Sosial Madani juga memperdayakan media sosial youtube dalam melakukan aktifitas *fundraising* dengan mengupload video-video yang bertemakan pengetahuan ZISWAF, ajakan untuk melakukan ZISWAF dan membuat video tentang Dompot Sosial Madani, prestasi Dompot Sosial Madani.



Gambar 6. Youtube pribadi Dompot Sosial Madani

- e) Kitabisa.com: Dompet Sosial Madani melakukan aktifitas *fundraising* dengan kitabisaa.com, dalam hal ini Dompet Sosial Madani melakukan kerjasama dengan kita bisa.com jadi para donator atau calon donator bisa melakukan donasi ke Dompet Sosial Madani melalui kitabisa.com.



Gambar 7. Kitabisa.com

- f) Tiktok: Dompet Sosial Madani menggunakan aplikasi tiktok ini dengan cara mengunggah video-video berdurasi pendek yang berhubungan dengan lembaga, pentingnya zakat, memberitahu informasi kepada masyarakat terkait bagaimana cara melakukan ZISWAF ke lembaga dompet sosial Madani.



Gambar 8. Akun tiktok Dompot Sosial Madani

Untuk melakukan fundraising online kita menggunakan media-media online yang banyak digunakan atau sering digunakan para donatur ataupun calon datur dalam aktifitasnya sehari- hari seperti website aplikasi youtube, whatsapp, Instagram, facebook, youtube, tiktok dan kita menyediakan pembayaran online seperti: dana, ovo, shopeepay, gopay, transfer bank dengan tujuan para donatur ataupun calon donatur lebih mudah dan tidak merasa susah dalam melakukan zakat, infaq, sodaqah, wakaf , kita juga dalam pengumpulan dana menggunakan memahami sudut pandang donatur, harus meminta biasanya kita meminta melalui pesan whatsapp, menawarkan program-program yang ada di Dompot Sosial Madani melalui website, facebook, Instagram dan media online lainnya, Dompot Sosial Madani membebaskan para donatur untuk melakukan donasi tidak mengharuskan donatur harus melakukan donasi dengan jumlah

tertentu, mengucapkan terimakasih kepada donatur yang telah mendonasikan hartanya dengan memberikan do'a kepada para donatur melalui media online seperti whatsapp dan lainnya. Dompot Sosial madani juga melakukan Evaluasi terkait program-program yang sudah berjalan apakah programnya memiliki kekurangan atau tidak sehingga jika memiliki kita bisa mencarikan solusinya. (Wawancara dengan pak Luqman pada tanggal 20 maret 2022).

Tujuan disediakannya media-media online oleh Dompot Sosial Madani untuk memudahkan para donatur ataupun calon donatur dan menarik para masyarakat Muslim Singaraja untuk melakukan zakat, infaq, sodaqah, wakaf melalui lembaga zakat Dompot Sosial Madani.

Efektivitas penggalangan dana di Dompot Sosial Madani adalah waktu hari-hari besar islam seperti bulan Ramadhan dan hari raya Qurban atau ketika ada sebuah bencana. Dompot Sosial Madani menampilkan program-program melalui online yang bisa dipilih donatur ataupun calon donatur untuk melakukan sodaqah atau zakat.

Tim *fundraising* melakukan *folloe-up* melalui *online* terkait program yang telah dibuat oleh tim program yang kemudian di masukan melalui website, youtube, whatsapp, Instagram, tiktok, facebook.

Penggunaan website Dompot Sosial Madani bisa diakses di internet dan para donatur tetap atau calon donatur bisa melihat donasi yang terkumpul dalam sebuah program.

Penggalangan dana dilakukan terutama di hari hari besar islam atau ketika ada bencana. Dari tim program membuat program terkait hari-hari besar islam seperti Ramadhan, hari raya Qurban, Hari raya Idul FItri ataupun ketika terjadi bencana dengan memasukkan program dalam media-media online yang telah disediakan Dompot Sosial Madani atau memasukan program melalui brosur yang akan diberikan kepada tim fundraising kemudian setelah program telah dimasukan dalam media-media online yang telah disediakan Dompot Sosial Madani dan pemasukan program dalam brosur cetak maka tugas fundraiser melakukan penggalangan dana melalui online ataupun tidak online setelah program berjalan maka tim program akan melakukan evaluasi terkait program yang telah

berjalan apakah memiliki kelebihan atau kekurangan (wawancara dengan pak Indra Nico tim Program pada tanggal 22 maret)

Penggalangan dana online yang dilakukan Dompot Sosial Madani tak bisa lepas juga dengan *fundraising* secara tidak langsung atau *indirect fundraising* karena strategi secara tidak langsung bagian dari strategi *online* strategi ini saling melengkapi dan strategi *indirect fundraising* yang dilakukan Dompot Sosial Madani adalah:

- a) Kanvasing yakni aktivitas *fundraising* yang dilakukan pintu ke pintu atau bertemu langsung dengan donator.
- b) Sebar brosur, dompot sosial madani juga melakukan aktifitas sebar brosur dengan cara menaruh di masjid waktu hari jum'at atau turun ke jalanan dan memberikannya kepada para calon donator. Hal ini memiliki tujuan agar masyarakat mengetahui program-program di Dompot Sosial Madani sehingga mengundang ketertarikan masyarakat untuk melakukan donasi atau menjadi donator tetap di Dompot Sosial Madani.
- c) Telemarketing, kegiatan telemarketing ini dilakukan kepada para donator yang telah melakukan donasi ke Dompot Sosial Madani dengan cara melakukan silaturahmi kepada para donator.
- d) Kordinator layanan zakat, strategi *fundraising* ini merupakan aktifitas yang melibatkan seorang tokoh atau orang yang berpengaruh di desa atau wilayah untuk dijadikan kordinator layanan zakat oleh pihak Dompot Sosial Madani. Kelompok kordinator layanan zakat ini diberi tugas untuk melakukan *fundraising* kemudian mereka akan mengumpulkan dana yang terkumpul setiap bulannya di akhir bulan.

Dompot Sosial Madani juga menggunakan strategi penggalangan dana serta layanan donator. Strategi seperti ini memiliki tujuan untuk mempermudah serta memberikan informasi kepada para

masyarakat untuk menyalurkan dananya ke lembaga Dompot Sosial Madani, strategi ini meliputi:

a) Seminar dan diskusi

Kegiatan strategi seperti ini dompet sosial madani biasanya melakukannya di perkantoran, dikomunitas komunitas tujuannya untuk menyadarkan pentingnya membayar zakat.

b) Melakukan kerjasama

Dompot Sosial Madani juga melakukan kerjasama dengan perkantoran, komunitas, perorangan, media media *online* untuk penggalangan dana dengan cara menawarkan program program Dompot Sosial Madani dan yang terlibat kerjasama dengan Dompot Sosial Madani dinamakan KLZ

Dompot Sosial Madani memiliki beragam donatur maka perlu dilakukan dengan berbagai cara untuk pengumpulan dana tak sekedar online saja tapi kita juga melakukan secara langsung dengan kanvasing, sebar browser, seminar dan diskusi, menggunakan kordinator layanan zakat penggalangan dana di Dompot Sosial Madani beberapa donatur ingin dijemput karena mereka ingin diajak mengobrol baik seputar, program ataupun terkadang mereka meminta do'a dan solusi atas masalah yang mereka hadapi (Wawancara dengan Pak Luqman Hakim selaku tim fundraising pada tanggal 20 maret)

C. Evaluasi Dompot Sosial Madani

Dompot Sosial Madani akan melakukan rapat evaluasi untuk mengukur apakah kendala-kendala dalam melakukan pengumpulan dana, di lembaga zakat Dompot Sosial Madani kegiatan evaluasi merupakan kegiatan yang bertujuan mengetahui kekurangan atau kelebihan yang telah di tetapkan.

Dompot Madani melakukan evaluasi terkait yang menjadi kekurangan dari Dompot Sosial Madani seperti Letak geografis kantor Dompot Sosial Madani menjadi salah satu faktor penghambat meskipun letak kantor Dompot Sosial Madani berada di pinggiran kota akan tetapi terhubung letak

perkampungan muslim dikota Singaraja masih banyak yang jauh dari kota kemudian masyarakat muslim di Singaraja masih minoritas sehingga masyarakat muslim masih belum bisa merata tinggalnya berdekatan kemudian hal ini menjadikan fundraiser masih terbatas dalam mensosialisasikan kesadaran ziswaf dan membuat donator memerlukan waktu tempuh untuk melakukan pembayaran ke kantor Dompot Sosial Madani.

Kurangnya kesadaran masyarakat dalam pembayaran zakat melalui lembaga di kota Singaraja disebabkan masyarakat muslimnya masih kurang kesadarannya dalam upaya melakukan ziswaf melalui lembaga zakat dan kebanyakan masyarakat muslim di kota Singaraja masih melakukan penyaluran zakat dengan sendiri. Adanya sistem mutasi bagi para karyawan pemerintahan, Dompot Sosial Madani memiliki donatur dari karyawan pemerintahan yang mana terkadang mereka memiliki sistem dipindah tugaskan dari suatu tempat ke tempat lain dan di Bali ada terjadi pemindahan tugas para donator Dompot Sosial Madani kemudian orang yang menggantikannya adalah terkadang orang beragama Hindu sehingga hal ini menyebabkan berkurangnya akses ke suatu perusahaan atau timbul hilangnya donator yang dipindah tugaskan.

Evaluasi dilakukan dalam waktu tertentu seperti diawal perencanaan, dalam penerapan, diakhir pelaksanaan serta evaluasi yang dilakukan juga diharapkan bisa meningkatkan kinerja tim di Dompot Sosial Madani. Untuk *fundraising* dilakukan evaluasi mulai dari pekanan, bulanan, dan tahunan diukur targetnya telah tercapai atau belum kemudian dalam evaluasi di Dompot Sosial Madani akan diadakan *reward* kepada yang berhasil menembus target atau yang melebihi target yang telah ditetapkan, hal ini berlaku juga dalam evaluasi pekanan, bulanan, serta tahunan di Dompot Sosial Madani pusat. Dompot Sosial Madani ketika melakukan evaluasi pekanan, bulanan, tahunan selalu ada motivasi-motivasi yang diberikan oleh pimpinan Dompot Sosial Madani untuk menambah semangat para fundraiser dalam melakukan aktifitas *fundraising*. Dompot Sosial Madani juga melakukan rapat evaluasi melalui

media-media *online* seperti zoom, google meet, whatsapp hal ini dilakukan dalam upaya mempermudah para *fundraiser* melakukan evaluasi.

Dompot Sosial Madani melakukan rapat evaluasi terkait kendala apa saja yang dialami Dompot Sosial Madani yang dilakukan melalui media online seperti zoom, google meet, whatsapp untuk membahas kendala yang di alami dan ini dilakukan juga untuk mengetahui kekurangan, memperbaiki pekerjaan, menertibkan pekerjaan dan untuk tim fundraising melakukan evaluasinya pekanan, bulana, tahunan dan setiap evaluasi ada reward serta motivasi-motivasi yang diberikan guna menjadi motivasi evaluasi yang kita lakukan ketika perencanaan berlangsung, sebelum berlangsung dan ketika perencanaan telah usai dilakukan. (Wawancara kepada tim FO Anggen Kharisa A pada tanggal 23 Maret)

Tabel Evaluasi

Kendala	Solusi	Hasil
Kurangnya motivasi karyawan dalam evaluasi	Diberikan hadiah atau penghargaan	Para anggota semangat mengikuti evaluasi
Kurangnya kesadaran masyarakat dalam melakukan zakat ke lembaga	Mempublikasi legalitas lembaga zakat dan memberikan pemahaman tentang zakat	Masyarakat mau berdonasi ke lembaga zakat Dompot Sosial Madani
Masih banyak perkampungan muslim yang jauh dari lembaga zakat Dompot Sosial Madani	Menyediakan cara melakukan pembayaran zakat melalui <i>online</i>	Masyarakat melakukan donasi melalui online
Adanya mutasi bagi donatur pegawai negeri	Memberikan hasil kegiatan pendistribusian dengan jipri wa	Terjalinya silaturahmi dengan donatur yang di mutase
Beberapa Donatur aktif menggunakan media sosial	Melakukan aktivitas <i>fundraising</i> melalui <i>online</i>	para donatur bisa melihat program dan hasil donasi yang dilakukan
Kurangnya pemahaman	memberikan pemahan kepada masyarakat dengan memberikan	Beberapa Masyarakat muslim mau membayar

masyarakat terkait zakat	pemahaman zakat melalui acara acara Dompot Sosial Madani	zakat melalui Dompot Sosial Madani
Kurangnya kepercayaan donatur ke Dompot Sosial Madani	Menampilkan aktivitas kegiatan melalui website Dompot Sosial Madani	Masyarakat bisa melihat kegiatan Dompot Sosial Madani di website
Banyaknya media <i>online</i>	<i>Fundraising</i> dilakukan melalui <i>online</i>	Dompot Sosial Madani melakukan <i>fundraising online</i> melalui facebook, whatsapp, youtube, tiktok

BAB IV
ANALISIS *FUNDRAISING ONLINE* PADA LEMBAGA ZAKAT DOMPET
SOSIAL MADANI

A. Analisis Strategi *Fundraising online*

Fundraising juga memiliki makna suatu kegiatan yang mempunyai arti menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat ataupun individu, kelompok, organisasi dan perusahaan atau organisasi kemudian dana yang diperorelakan akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi sehingga mencapai tujuannya. *Fundraising* dalam pengertian ini memiliki pembahasan yang luas dan tidak semata hanya membahas mengumpulkan dana semata, melainkan bisa juga dalam bentuk barang yang bisa dimanfaatkan untuk keperluan dan kepentingan lembaga (Yusuf,2018:20).

Berkembangnya zaman, harta yang masuk dalam kategori zakat cukup beragam, salah satunya zakat penghasilan dan masih banyak lagi. Perkembangan ini tidak diikuti oleh pemahaman masyarakat akan pentingnya membayar zakat. Edukasi terkait pentingnya membayar zakat perlu dilakukan guna mengentaskan kemiskinan. Selain pentingnya pemahaman mengenai membayar zakat, amil juga harus memberikan kepercayaan terhadap muzakki dengan mengelola dana zakat yang dikumpulkan untuk disalurkan dan dimanfaatkan sesuai kepentingan syariah.

Pokok yang penting dalam pengelolaan dana zakat ada pengumpulan dana. *Fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan penghimpunan dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat. Sumber utama dari *fundraising* adalah *muzakki* mengingat proses *fundraising* yang mendasar bagi upaya pengelolaan dana zakat.

Ketika pemenuhan akan kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan zakat terpenuhi, maka kegiatan pengelolaan dalam amil zakat akan menjadi sukses dan tujuan dari *fundraising* bisa tercapai. Tujuan dari *fundraising* adalah penghimpunan dana zakat, memperbanyak *muzakki*, meningkatkan kepuasan *muzakki*.

Tujuan meningkatkan kepuasan *muzakki* menjadi hal penting karena kepuasan *muzakki* bukan sekedar memperdalam kepercayaan public kepada lembaga pengelola zakat tetapi merupakan asset yang harus dipertahankan dalam jangka masa panjang dan *muzakki* bisa menjadi semangat alami dalam penyampaian zakat kepada masyarakat muslim, hal ini berguna sekali dalam upaya pengumpulan dana zakat dan meringankan tugas *fundraiser* dalam pengumpulan *muzakki*.

1. Dompot Sosial Madani dalam Strategi *Fundraising Online*

Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. *Fundraising* merupakan panduan dari kegiatan *fund* dan *raising*. *Fund* berarti dana sedangkan *raising* yang memiliki arti kata dasar *rise* berarti mengumpulkan, selain orang menggunakan istilah mengumpulkan, banyak juga yang menggunakan istilah menggalang atau menggali. Dengan demikian strategi *fundraising* merupakan kegiatan yang cermat dalam upaya mengumpulkan atau menggalang dana dalam rangka suatu kegiatan. Dompot Sosial Madani sebelum melakukan aktifitas *fundraising* terlebih dulu rapat pekanan, bulanan, tahunan untuk merumuskan strategi pengumpulan dana serta menentukan media-media *online* apa saja yang akan digunakan dalam penggalangan dana serta rapat ini dilakukan melalui media *online*.

Dompot Sosial Madani setiap kali ada perencanaan, perubahan rencana *fundraising* akan selalu melakukan rapat. Perencanaan ini menjadi gerbang utama sebelum kegiatan *fundraising* dilakukan oleh Dompot Sosial Madani terutama di daerah Singaraja yang mana muslim masih menjadi minoritas serta daerah muslim masih menjadi minoritas maka perlu strategi yang tetapt dalam pengumpulan dana salah satunya dengan strategi *fundraising online* dimana disini Dompot Sosial Madani memanfaatkan media *online* seperti *facebook*, *Instagram*, *tiktok*, *website*, *kitabisa.com* untuk memudahkan masyarakat muslim di Singaraja melakukan zakat, infaq, sodaqah, wakaf tanpa perlu

mendatangi kantor lembaga Dompet Sosial Madani serta bisa mempersingkat waktu.

Rapat perencanaan yang dilakukan Dompet Sosial Madani yakni tim *fundraising* menentukan strategi yang tepat dilakukan kepada donatur melalui media apa yang tepat untuk donatur melakukan donasi, media apa saja yang digunakan untuk memperkenalkan program kepada donatur. Para donatur di Dompet Sosial Madani sangat beragam sehingga strategi pengumpulan dana harus disesuaikan. Penyesuaian strategi seperti ini akan dilakukan ketika rapat karena dengan membuat penyesuaian strategi akan membuat pengumpulan dana menjadi optimal.

2. Penerapan Strategi *Fundraising Online*

Setelah perencanaan yang dilakukan maka selanjutnya tahap penerapan, Dompet Sosial Madani dalam upaya memudahkan donatur di Singaraja melakukan donasi serta memperkenalkan berbagai macam program yang dimiliki Dompet Sosial Madani yakni dengan melalui media *online* dan melalui pengumpulan dana secara tidak langsung. Dompet Sosial Madani dalam melakukan pengumpulan dana menggunakan *Fundraising online* agar memudahkan donatur untuk melakukan ZISWAF karena media *online* bisa diakses kapanpun dan dimanapun. Dalam Kamus Bahasa Indonesia istilah *online* diartikan jaringan, yaitu perangkat elektronik yang terhubung ke jaringan dan bisa diakses kapanpun dan dimanapun (Lutfi, 2019:37).

Strategi *fundraising online* di Dompet Sosial Madani menggunakan *above the line* atau *direct fundraising* sebagaimana Suparman membagi model *fundraising* menjadi 2 yakni *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. *Direct fundraising* sendiri memiliki arti adalah metode yang menggunakan teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi wakif secara langsung. Ialah cara-cara *fundraising* yang mana proses interaksinya dan daya akomodasinya terhadap respon donator bisa langsung atau seketika dilakukan. Dengan metode ini apabila dalam diri donator muncul keinginan untuk melakukan sumbangan

setelah mendapatkan promosi atau iklan dari *fundraiser* atau lembaga zakat, maka donator bisa langsung melakukan donasi dan semua kelengkapan yang diperlukan donator untuk melakukan donasi sudah tersedia. Sebagai contoh dari metode ini ialah: *Directmail*, *Direct advertising*, *Telefundraising* dan persentasi langsung sedangkan *indirect fundraising* adalah suatu metode pengumpulan dana yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donator secara langsung. Metode *fundraising* ini dilakukan dengan tidak memberikan akomodasi langsung terhadap respon donator seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada terbentuknya citra organisasi atau lembaga yang kuat tanpa diarahkan untuk transaksi donasi pada saat itu. Contoh metode penggalangan dana tak langsung ini adalah: *advertorial*, peyelenggaraan *event*, melalui perantara, menjalin relasi, melalui refrensi, dan mediasi para tokoh.

Dompot Sosial Madani dalam penerapan strategi *fundraising online* menggunakan metode *direct fundraising*, antara lain.

- a) *Website*, Dompot Sosial Madani memiliki *website* pribadi dan bisa diakses kapanpun, dalam *websiten*-nya Dompot Sosial Madani menampilkan program-program yang sedang berlangsung dan dalam program yang ada dalam *website* bisa melihat jumlah donasi yang terkumpul untuk suatu program dan donatur juga bisa langsung melakukan donasi dalam *website* Dompot Sosial Madani kapanpun.
- b) Aplikasi facebook dan Instagram, Dompot Sosial Madani melakukan aktifitas *fundraising* di halaman akun Dompot Sosial Madani dengan cara memposting program-program yang mereka telah lakukan dibarengi dengan kata-kata serta dibarengi dengan diberikannya laman *website* Dompot Sosial Madani yang mana *website* yang dicantumkan akan mengarahkan para donatur dan calon donatur untuk melihat lebih banyak lagi program-program Dompot Sosial Madani sehingga ketika para donatur ingin melakukan donasi langsung bisa melalui *website* dan dalam postingan yang ditampilkan

Dompot Sosial juga menaruh nomer rekening yang mana tujuannya untuk memudahkan donatur melakukan donasi.

- c) *Whatsapp, whatsapp* merupakan salah satu aplikasi yang digunakan untuk melakukan *fundraising*, caranya Dompot Sosial Madani menggunakan *whatsapp* para karyawannya untuk menjadikan *story* singkat terkait program-program yang telah dilakukan.
- d) Youtube, Youtube merupakan media *online* yang digunakan untuk melakukan aktifitas *fundraising* dengan menampilkan video-video yang membahas program, *fundraising*, sejarah Dompot Sosial Madani dengan ini diharapkan bisa membuat masyarakat percaya kepada Dompot Sosial Madani dan mau melakukan donasi melalui Dompot Sosial Madani.
- e) Kitabisa.com, Dompot Sosial Madani melakukan aktifitas *fundraising* melalui kitabisa.com dimana dalam kitabisa.com para donatur dan calon donatur bisa melihat dan memilih program-program Dompot Sosial Madani serta bisa langsung melakukan donasi kapanpun.

Dompot Sosial Madani memiliki tujuan dengan diterapkannya *fundraising online* ini bisa mempermudah masyarakat muslim di Singaraja yang masih menjadi minoritas serta lokasi perkampungan muslim yang masih jarang serta banyak yang jauh dari kantor Dompot Sosial Madani lebih mudah dalam penyaluran dana zakat atau donasi dan dari penggunaan strategi *fundraising online* ini diharapkan masyarakat lebih mudah untuk mengetahui terkait program yang ada di lembaga zakat dan jika ingin melakukan donasi maka para donatur Dompot Sosial Madani bisa langsung melakukannya tanpa harus mengunjungi kantor Dompot Sosial Madani.

B. Analisis Evaluasi Dompot Sosial Madani

Evaluasi merupakan langkah yang dilakukan Dompot Sosial Madani setelah menerapkan strategi yang telah ditetapkan, evaluasi merupakan hal yang dilakukan Dompot Sosial Madani dalam menilai suatu program dan penerapan

yang telah ditetapkan Dompot Sosial Madani dan apabila terjadi suatu kesalahan langsung bisa di perbaiki.

evaluasi adalah suatu tindakan mengkritisi program dengan menilai kekurangan serta kelebihan program menggunakan tolak ukur sesuai dengan standar yang telah ditentukan ataupun yang telah ditetapkan sehingga apabila terjadi kesalahan bisa langsung diketahui dan dicarikan solusinya (Nursam, 2017: 173). Berdasarkan pendapat Yusuf Tayib Nafis ada beberapa jenis evaluasi antara lain, sebagai berikut:

1. Evaluasi Konteks

Evaluasi konteks ialah evaluasi yang membantu perencanaan keputusan, menentukan kebutuhan yang telah ditargetkan untuk memenuhi program dan merumuskan tujuan program.

2. Evaluasi proses

Evaluasi proses ialah diarahkannya sampai sejauh mana rencana yang dilaksanakan sesuai prosedur. Evaluasi ini memilih aktivitas yang mana harus melibatkan pelaksana (staf) dengan penerima (klien).

3. Evaluasi hasil

Evaluasi ini merupakan evaluasi tahap akhir dan dengan evaluasi ini akan terfokus ketercapaian tujuan, kesesuaian proses dengan pencapaian tujuan dan ketepatan tindakan dalam pelaksanaan (Saniyah, 2018:29-).

Dompot Sosial madani melakukan beberapa jenis terkait evaluasi, evaluasi yang dilakukan Dompot Sosial Madani ketika program sebelum dilaksanakan dimana Dompot Sosial Madani akan mengevaluasi lagi program yang telah direncanakan dengan melakukan rapat, Dompot Sosial Madani akan melakukan evaluasi ketika program berjalan untuk mengetahui tanggapan para donatur ketika diberikan program yang telah direncanakan, Evaluasi hasil, evaluasi yang dilakukan Dompot Sosial Madani setelah program berjalan dimana tim akan menyampaikan kendala yang terjadi selama menjalankan program kemudian dicerikan solusinya bersama-sama.

Dompet Sosial Madani juga melakukan evaluasi bersama sama dalam sebuah rapat yang dilakukan melalui media-media *online* seperti *zoom*, *google meet*, *whatsapp* yang diadakan pekanan, bulanan, tahunan untuk mengevaluasi program yang sudah berjalan, sedang berjalan atau akan dijalankan kedepannya serta kendala-kendala apa saja yang ditemukan sehingga bisa dicarikan solusinya oleh Dompet Sosial Madani. Dalam rapat evaluasi Dompet Sosial membahas kendala yang dialami seperti:

1. Letak geografis kantor Dompet Sosial Madani menjadi salah satu faktor penghambat meskipun letak kantor Dompet Sosial Madani berada di pinggiran kota akan tetapi berhubung letak perkampungan muslim di kota Singaraja masih banyak yang jauh dari kota kemudian masyarakat muslim di Singaraja masih minoritas sehingga masyarakat muslim masih belum bisa merata tinggalnya berdekatan kemudian hal ini menjadikan fundraiser masih terbatas dalam mensosialisasikan kesadaran ziswaf dan membuat donator memerlukan waktu tempuh untuk melakukan pembayaran ke kantor Dompet Sosial Madani.
2. Kurangnya kesadaran masyarakat dalam pembayaran zakat melalui lembaga di kota Singaraja disebabkan masyarakat muslimnya masih kurang kesadarannya dalam upaya melakukan ziswaf melalui lembaga zakat dan kebanyakan masyarakat muslim di kota Singaraja masih melakukan penyaluran zakat dengan sendiri.
3. Adanya sistem mutasi bagi para karyawan pemerintahan, Dompet Sosial Madani memiliki donatur dari karyawan pemerintahan yang mana terkadang mereka memiliki sistem dipindah tugaskan dari suatu tempat ke tempat lain dan di Bali ada terjadi pemindahan tugas para donator Dompet Sosial Madani kemudian orang yang menggantikannya adalah terkadang orang beragama Hindu sehingga hal ini menyebabkan berkurangnya akses ke suatu perusahaan atau timbul hilangnya donator yang dipindah tugaskan.

Evaluasi secara berkala yang dilakukan Dompet Sosial Madani ini bisa membuat pengumpulan dana *fundraising* yang dilakukan bisa optimal karena kebiasaan para donatur serta lokasi masyarakat muslim selalu dievaluasi dan disesuaikan untuk menggalangan dana. Dari evaluasi yang dilakukan membuat tujuan *fundraising* Dompet Sosial Madani bisa terpenuhi dan dana yang dikumpulkan bisa secara optimal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari strategi *fundraising* berbasis *online* pada lembaga zakat Dompot Sosial Madani Singaraja Bali sebagai berikut:

1. Dompot Sosial Madani dalam melakukan strategi *fundraising online* melakukan kegiatan rapat yang diadakan pekanan, bulanan, tahunan yang mana dalam rapat yang dilakukan Dompot Sosial Madani membahas perencanaan terkait upaya dalam pengumpulan dana secara optimal, dimana dalam rapat membahas terkait tentang cara dalam pengumpulan dana, penentuan lokasi dalam upaya pengumpulan dana supaya dana yang terkumpul bisa secara maksimal dan dalam upaya pengumpulan dana yang dilakuakn Dompot Sosial Madani juga berbeda-beda karena Dompot Sosial Madani memiliki donatur tetap dan tidak tetap.
2. Penerapan *fundraising online* di Dompot Sosial Madani menggunakan beberapa aplikasi media *online* dalam upaya pengumpulan dana ZISWAF hal ini dilakukan tujuannya untuk mempermudah masyarakat muslim di kota Singaraja dimana masyarakat muslim masih menjadi minoritas dan masyarakat miskin di Bali masih menjadi masalah yang harus diselesaikan salah satunya dengan penggunaan dana zakat. Dompot Sosial Madani dalam upaya membantu masyarakat miskin di Bali mengumpulkan dana zakat melalui media *online* seperti *Website* pribadi Dompot Sosial Madani yang bisa diakses kapanpun, *facebook*, *Instagram*, *youtube*, *tiktok*. *Kitabisa.com*, transfer bank semua media yang digunakan ini ditunjukkan untuk pengoptimalisasian dalam pengumpulan dana zakat.
3. Evaluasi, Dompot Sosial Madani melakukan kegiatan rapat evaluasi secara mingguan, bulanan, tahunan melalui media *online zoom*, *google meet*, *whatsapp*, evaluasi ini dilakukan Dompot Sosial Madani untuk membahas kendala-kendala yang di alami ketika menjalan program baik sebelum program

dijalankan, program sedang berjalan atau diakhir program atau setelah penerapan *fundraising online* yang dilakukan Dompot Sosial Madani, adapun evaluasi yang dibahas dalam rapat evaluasi adalah bagaimana cara mengumpulkan dana *fundraising online* dan apa saja kendalanya kemudian dicarikan solusinya bersama-sama dalam rapat evaluasi

C. Saran

Strategi *fundraising online* di Dompot Sosial Madani Singaraja Bali meski sudah aktif dalam penggalangan donasi melalui *online* tapi tentunya dalam strategi *fundraising online* di Dompot Sosial Madani masih memiliki beberapa kekurangan sehingga masih diperlukannya saran, ada beberapa saran yang akan penulis sampaikan:

1. Dompot Sosial Madani harus selalu mengikuti perkembangan media *online* yang digunakan dalam upaya penggalangan dana *online* supaya Dompot Sosial Madani bisa lebih optimal lagi dalam pengmpulan dana zakat sehingga bisa menggunakan dana ZISWAF dalam menangani masalah kemiskinan yang ada di Bali.
2. Dompot sosial Madani harus terus memperbaharui cara-cara yang digunakan dalam penggalangan dana ZISWAF sehingga para donatur atau calon donatur lebih aktif langi dalam melakukan donasi ke Dompot Sosial Madani
3. Dompot Sosial Madani harus bisa mengani masalah-masalah yang semakin banyak dengan perkembangan zaman yang terjadi, tentunya dengan meningkatkan strategi dalam evaluasi atau selalu memperbaharui upaya dalam evaluasi sehingga masalah yang terjadi bisa ditemukan cara penanganannya.

D. Penutup

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan *taufiq* dan *hidayah*-nya, sehingga dalam penulisan skripsi ini penulis diberikan kemudahan dan bisa menyelesaikannya. Meskipun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan, oleh karena kritikan dan saran dari berbagai pihak penulis diharapkan. Penulis juga berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, Atik Abidah. 2016. "Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Zakat Kabupaten Ponorogo". *Jurnal Kondifikasia*, 10 (1), 168.
- Ahmad.2020. *Manajemen Strategis*. Makassar: CV Nas Media Pusaka.
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontenporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Choliq, Abdul 2015. *Strategi Penggalangan Dana*. Semarang: RnD Media Semarang.
- Departemen Agama RI. 2005. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Pustaka Amani.
- Djamal, 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Eko. A, Danu. 2015. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktek*.
- H.M. Ma'ruf Abdullah. 2014. *Manajemen dan Evaluasi Kerja Karyawan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- <https://bali.tribunnews.com/amp/2021/07/16/kemiskinan-bali-meningkat-kepala-bps-bali-mulai-naik-pada-periode-maret-2020-hingga-maret-2021?page=2> di akses pada tgl 3 Agustus 2021 pukul 20:51 WIB.
- Holil, 2019. "Lembaga Zakat dan Peranannya Dalam Ekuitas Ekonomi Sosial dan Distribusi". *Jurnal Ekonomi Islam*, 10 (1) 15.
- Ibrahim, Nur Malik Ibrahim. 2019. "Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial di Baitutul Mall Hidayahullah (BMH)". *Jurnal Ekonomi Islam*, 10 (1) 26-27.
- Junawan, Hendra Junawan. Nurdin Laugu. 2020. "Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid 19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia". *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 4 (1), 45-46.
- Lutfi, Muhammad Ismail Lutfi. 2019. "Bahasa Dakwah di Media Online". *Jurnal Jebis*, 1 (1) 38-39.
- Maisratun, Destiana Maisratun. 2020. Penggunaan Media Komunikasi Dalam Aktivitas Fundraising Pada Program Donatur dan Orantua Asuh Yayasan Mskanul Huffadz. *Jurnal Medkom*, 2 (2).

- Mulyadi, Seto dkk. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif dan Mix Method*. Depok: PT Raja Grafindo Persad
- Miftahul Amri. 2019. Strategi *Fundraising* Dana Zakat dengan Sistem QRIS di Baznas Kabupaten Banyumas. *Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4 (1).
- Nafiah, Evi Lailatun Nafiah. 2018. Fundraising LAZIZNU Dalam Memperoleh Zakat, Infaq, dan Sodaqah di Kecamatan Limpung Kabupaten Batang. *Jurnal Ekonomi Islam*, 6 (3) 89.
- Nursam, Nasrullah. 2017. “Manajemen Kinerja”. *Jurnal of Islamic Education Management*, 2 (2), 173.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional dan Balai Pustaka. 2005. Kamus Bahasa Indonesia. Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka.
- Racmasari, Yessi Racmasari, Soni Akhmad Nulhaqim & Nurliana Cipta Apsari. 2016. “Penerapan Strategi Fundraisng di Rumah Singgah Bina Anak Pertiwi Jakarta”. *Jurnal Prosiding Ks*, 3 (3), 367.
- Rahmadi. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin Kalimantan, Kalimantan Selatan. Antasari Press. Banjarmasin: Antasari Press
- Saniyah, Nubdzatus Saniyah. 2018. *Evaluasi Penyaluran Dana Zakat Pada Program Pendidikan Baznas Pusat*. *Jurnal Al- Adi*. 7 (1)
- Sudaryana, Bambang. 2018. *Metode Penelitian Teori Dan Praktek Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.
- Wahyuningsih, Sri. 2013. *Metode Penelitian Studi Kasus*. Madura: UTM Press.
- Wawancara Dengan Anggen Kharisa A selaku FO di Dompot Sosial Madani, 23 Maret.
- Wawancara Dengan Bapak Luqman Hakim selaku *Fundraiser* Dompot Sosial Madani, 16 Maret.

Wawancara Dengan Indra Nico selaku tim program Dompot Sosial Madani, 22 Maret.

Wawancara Dengan Luqman Hakim selaku *Fundraiser* Dompot Sosial Madani, 20
Maret

Yusuf, Rizka Yasin Yusuf. 2018. *Strategi Fundraising di LAZNAS Dompot Dhuafa*

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara dengan *tim fundraising*, program dan FO

1. Bagaimana sejarah Dompet Sosial Madani?

“Dompet Sosial Madani berawal dari aktivitas kepedulian dikantor Departemen Keuangan, Denpasar (Pajak, BAKUN, BPKP). Sejumlah PNS muslim memiliki inisiatif melakukan kegiatan pengumpulan dana sosial. Dana yang terkumpul setiap bulannya dari ZIS, tips atau ucapan terimakasih yang diberikan dari wajib pajak, kemudian dana ini disalurkan untuk para keluarga miskin, anak-anak yatim, pembangunan sosial keagamaan, dan fasilitas umum. Bermula dari potensi kebaikan yang semakin meluas mendorong beberapa pegawai keuangan untuk mendirikan yayasan sosial.”

2. Apa yang dilakukan Dompet Sosial Madani dalam penggalangan dana?

Dompet Sosial Madani melakukan rapat strategi terlebih dahulu untuk menentukan cara pengumpulan dana sehingga dana yang terkumpul bisa optimal dan memudahkan donatur dalam melakukan donasi.

3. Bagaimana penerapan strategi fundraising *onlinedi* lembaga zakat dompet sosial madani?

“Dompet Sosial Madani dalam penerapan strategi fundraising online menggunakan media-media online website, whatsapp, Instagram, youtube, dalam upaya pengenalan program-program serta pengumpulan dana zakat, infaq, sodaqah, wakaf. Supaya mempermudah para donatur dalam berdonasi.”

4. Bagaimana pendekatan penggalangan dana online yang dilakukan lembaga zakat dompet sosial madani?

“Dompet Sosial Madani dalam upaya pendekatan penggalangan dana fundraising online melakukan pengenalan program yang dimiliki Dompet Sosial Madani melalui media-media online serta melakukan pengenalan langsung ke donatur terkait media sosial yang digunakan Dompet Sosial Madani.”

5. Bagaimana teknik lembaga zakat dompet sosial madani dalam:

a. Menghimpun dana online

“Melalui whatsapp, website pribadi Dompot Sosial Madani, tiktok, Instagram, youtube, facebook. kitabisa.com Melalui aplikasi online Dompot Sosial Madani melakukan pengenalan program, memberikan pemahaman zakat, menyediakan tempat untuk melakukan donasi yang bisa dilakukan kapanpun ketika ada keinginan.”

b. Menghimpun muzakki

“Menghimpun Muzakki Dompot Sosial Madani melakukannya dengan cara menjaga kepercayaan para donatur tetap, melakukan strategi yang tepat untuk donatur, melakukan evaluasi untuk meninjau kembali terkait kekurangan atau kelebihan terkait program yang dijalankan atau akan dijalankan untuk menjaga kepuasan donatur.”

c. Memuaskan muzakki

“Dompot Sosial Madani melakukan penentuan strategi yang tepat untuk para donatur muslim di Singaraja dimana muslim masih menjadi minoritas dan jauh dari perkotaan salah satunya dengan melakukan strategi fundraising online”.

6. Bagaimana strategi evaluasi yang dilakukan dompet sosial madani?

“Evaluasi yang dilakukan Dompot Sosial Madani membahas terkait kendala yang ada dalam pengumpulan dana dan mencarikan solusi terkait kendala yang dialami.”

7. Apa visi misi dompet sosial madani?

“Visi Dompot Sosial Madani Sebagai lembaga nirlaba pengelola zakat berdasarkan prinsip-prinsip amanah, madirir, dan professional guna meningkatkan manfaat nyata bagi kesejahteraan masyarakat.”

Misi Dompot Sosial Madani :

- a) *Memberikan kontribusi terselenggaranya manajemen zakat yang amanah.*
- b) *Mendorong terwujudnya kepedulian masyarakat kepada kaum dhuafa.*
- c) *Menumbuhkan pengelolaan dana ZISWAF di Bali.*

d) Meningkatkan hasil guna dana ZISWAF untuk mensejahterakan rakyat.

8. Apa saja program dompet sosial madani?

- a) Ekonomi*
- b) Pendidikan*
- c) Pembangunan rumah ibadah*
- d) Santunan anak yatim*
- e) Bersih-bersih masjid*

9. Bagaimana upaya divisi program memperkenalkan program kepada donatur?

“Divisi program Dompet Sosial Madani melakukan pembuatan program kemudian mengenalkan program kepada masyarakat melalui media online yang telah disediakan Dompet Sosial Madani kemudian kita melakukan evaluasi terkait program yang telah kita buat untuk memaksimalkan pengumpulan dana ZISWAF.”

10. Apakah benar tim *fundraising* dalam upaya penggalangan dana *online* menggunakan media *online*?

“Tim fundrasaing dalam pengumpulan dana melakukan melalui media online seperti facebook, whatsapp, tiktok, Instagram, website kitabisa.com dan tim fundraising melakukan pengenalan program melalui media online juga.”

11. Apakah benar Dompet Sosial Madani melakukan evaluasi?

“Dompet Sosial Madani dalam upaya menjaga donatur dan membahas kendala yang dialami dalam melakukan program maka diakannya kegiatan evaluasi untuk membahas kendala dan mencarikan solusi terkait kendala yang dialami. “

LAMPIRAN DOKUMENTASI



Gambar 1. Kantor Dompes Sosial Madani



Gambar 2. Wawancara dengan Luqman Hakim



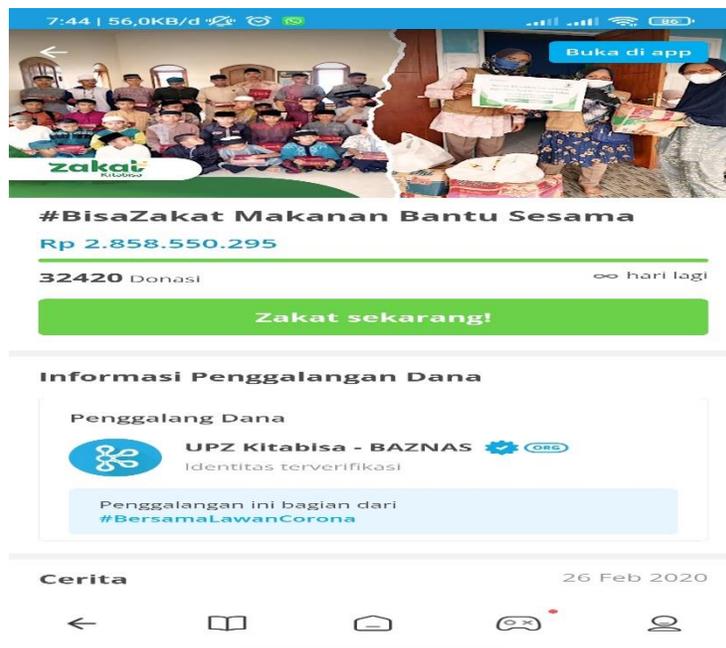
Gambar 3. Kegiatan Evaluasi dan perencanaan Dompot Sosial Madani.



Gambar 4. Website Dompot Sosial Madani



Gambar 5. Akun Tiktok Dompot Sosial Madani.



Gambar 6. Kerjasama dengan Kitabisa.com

Daftar Riwayat Hidup



Nama : Wayan Herdiansyah
Tempat, Tanggal Lahir : Negare, 20 Juni 1995
Alamat : Desa Pegayaman Dusun Timur Jalan, Kecamatan
Sukasada, Kabupaten Buleleng, Bali.
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Manajemen Dakwah
Email : wayanherdiansyah60@gmail.com
Jenjang Pendidikan : 1. SD 1 Pegayaman
2. SMP Maulana Pegayaman
3. MA. Diponegoro

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya

Semarang, 15 Juni 2022

Wayan Herdiansyah

1701036068