

**ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING TERHADAP
SYARIAH COMPLIANCE DI LEMBAGA KOTAK AMAL
INDONESIA CABANG KEDIRI**

SKRIPSI

Oleh:

MOCH. BAHRUL HADI

NIM: G74215081



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SURABAYA**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya:

Nama : Moch. Bahrul Hadi
NIM : G74215081
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam / Ilmu Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Strategi Fundraising Terhadap Syariah
Compliance Di Lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang
Kediri

Dengan ini bersungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan karya saya sendiri. Kecuali pada bagian-bagian yang di rujuk sumbernya.

Surabaya, 1 Juni 2022



Moch. Bahrul Hadi
G74215081

PERSETUJUAN PEMBIMING

Skripsi yang ditulis oleh Moch. Bahrul Hadi NIM: G74215081 ini telah diperiksa dan disetujui untuk munaqosahkan.

Surabaya, 16 Juni 2020

Pembimbing,



Fatikul Himami, MEI

NIP. 198009232009121002

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Moch Bahrul Hadi NIM. G74215081 ini telah dipertahankan di depan sidang majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, tanggal 06 Juli 2022, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) dalam Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqosah Skripsi:

Penguji I



Fatikul Himami, MEI
NIP. 198009232009121002

Penguji II



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001

Penguji III



Dr. H. Abdul Hakim, M.E.I.
NIP. 197008042005011003

Penguji III



Nurul Fatma Hasan, S.Si.,
M.E.I
NIP. 198907112020122013

Menyusun.

Surabaya, Mengesahkan 6 Juli 2022

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

**KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN
AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972

Fax.031-8413300

E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Moch. Bahrul Hadi

NIM : G74215081

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

E-mail address : moch.bahrulhadi@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....) yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING TERHADAP SYARIAH COMPLIANCE DI LEMBAGA
KOTAK AMAL INDONESIA CABANG KEDIRI

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 juli 2022

Penulis

(Moch. Bahrul Hadi)

**ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING TERHADAP SYARIAH
COMPLIANCE DI LEMBAGA KOTAK AMAL INDONESIA CABANG
KEDIRI**

ABSTRAK

Oleh:

Moch. Bahrul Hadi

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana prinsip syariah dalam hal ini Syariah Compliance (kepatuhan syariah) pada lembaga amal zakat KOTAK AMAL INDONESIA CABANG KEDIRI ketika melakukan Fundraising atau dalam penghimpunan dana donasi. Prinsip-prinsip syariah tersebut diantaranya prinsip-prinsip adil (adil), tawazun (seimbangan) dan universalisme (alamiyah), dalam transaksi juga tidak boleh mengandung Riba, Maysir, Gharar, Objek haram dan Zalim untuk mencapai prinsip-prinsip syariah (*Maqashid Syariah*) atau nilai masalah, yang dimana nilai ini yang berarti semua aktivitas dapat memberi manfaat bagi semua pihak bukan hanya golongan atau pribadi. Dalam pengumpulan dana atau Fundraising oleh lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri adalah suatu hal yang penting dalam berjalannya operasionalnya lembaga ini dalam mencapai kegiatan-kegiatan untuk mencapai misi dan tujuan, lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri bukan lah lembaga non profit (nirlaba) yang dimana berorientasi pada keuntungan untuk pribadi melainkan kemaslahatan umat. Untuk penghimpunannya *Fundraising* di lembaga kotak amal Indonesia cabang Kediri setiap anggotanya juga harus memiliki sifat : Sidiqq (Jujur), Amanah (dapat di percaya), Tabliq (menjadi teladan bagi para anggotanya), Fathanah (mengerti apa yang menjadi tugasnya), Istiqomah (melaksanakan tugas dengan sungguh-sungguh). Sedangkan dalam pelaksanaannya dengan cara mensosialisasikan kepada warga masyarakat, berkerjasama dengan lembaga lain dalam hal penyaluran dana donasi dengan digital, serta menggunakan media social dengan baik.

Penulisan dalam peneliti ini yang di gunakan deskriptif analitis, model penelitian yang menjelaskan dan menggambarkan sesuai data yang di kumpulkan, melalui wawancara, dokumentasi, pengolahan data, analisis data, teknis validasi data.

Kata kunci: Syariah Compliance, prinsip-prinsip syariah, fundraising, sifat-sifat perorangan, pemanfaatan media digital dan media social.

DAFTAR ISI

COVER	i
SAMPUL DALAM	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LITERASI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Kajian Pustaka.....	11
E. Tujuan Penelitian	15
F. Kegunaan Hasil Penelitian	15
G. Definisi Operasional.....	16
H. Metode Penelitian.....	17
I. Sistematika Pembahasan	27

BAB II LANDASAN TEORI	28
A. Strategi fundraising	28
1. Pengertian Strategi fundraising	28
2. Tujuan Strategi fundraising.....	29
3. Strategi Metode fundraising	31
4. Pelaksanaan Metode fundraising	33
B. Pengertian kepatuhan syariah	34
 BAB III PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	 38
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	38
1. Sejarah berdirinya Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.....	38
2. Profil Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri	39
3. Identitas Kotak Amal Cabang Kediri	40
4. Visi dan Misi Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri	40
5. Struktur Organisasi Kotak Amal Cabang Kediri	41
6. Jenis-jenis Pelayanan dan Produk Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri	43
B. Paparan Data	45
1. Latar Belakang Perkembangan Kotak Amal Indonseia Cabang Kediri Dalam Upaya Meningkatnya Perolehan Donasi Penghimpunan.....	46
2. Penghargaan – penghargaan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri	48

3. Konsep Strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri	
Dalam Meningkatkan Perolehan Penghimpunan Dana.....	50
4. Pelaksanaan Strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri	
Dalam Meningkatkan Prolehan Donasi Penghimpunan	63
C. Temuan Penelitian.....	83
1. Strategi fundraising Internal Kotak Amal Indonesia	
Cabang Kediri	83
2. Strategi fundraising Eksternal Kotak Amal Indonesia	
Cabang Kediri	84
BAB IV PEMBAHASAN	86
A. Konsep Strategi fundraising Kotak Amal Indonesia	86
B. Pelaksanaan Strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri	
Dalam Meningkatkan Perolehan Donasi Penghimpunan	92
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Struktur Organisasi Lembaga Kotak Amal Indonesia	52
Tabel 3.2. Perolehan Tahun 2014	88
Tabel 3.3. Perolehan Tahun 2015	89
Tabel 3.4. Perolehan Tahun 2016	90
Tabel 3.5. Perolehan Tahun 2017	91
Tabel 3.6 Perolehan Tahun 2018	92



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam merupakan suatu agama yang lengkap dan sempurna (kaffah), dalam agama Islam memberikan ketentuan-ketentuan, syarat-syarat bagi umat manusia dalam melakukan aktifitas atau kegiatan di dunia termasuk dalam kegiatan di bidang ekonomi agar hidupnya mendapat rahmat dari Allah SWT dan selaras dengan nilai-nilai yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan Al – Hadits. Sebagai umat islam banyak ketentuan-ketentuan yang perlu di perhatikan baik dalam kehidupan bermasyarakat dan tanggung jawab kepada Allah SWT, dalam kehidupan bermasyarakat perlu adanya saling tolong menolong toleransi baik dalam kehidupan bermasyarakat ataupun dalam bidang perekonomian, adapun dalam bermuamalah sering kita dapati suatu permasalahan yang kurang paham atas prinsip bermuamalah. Dengan pemahaman yang kurang dalam prinsip-prinsip tersebut perlu adanya suatu lembaga yang memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang kehidupan tolong menolong yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Di era globalisasi ekonomi yang berkiblat kepada sistem perekonomian kapitalis liberal dengan dukungan negara-negara industri maju sudah menampilkan wajahnya sebagai sang penghisap yang kejam tanpa perasaan terhadap masyarakat miskin yang lemah di negara-negara yang sedang berkembang dan sangat sekuler tanpa mempertimbangkan halal dan haram dalam praktek bisnis, serta sangat tega dalam memperlebar ruang

kesenjangan antar orang yang kaya dan orang miskin yang mencapai ujungnya. Maka perlunya kita kembali untuk mengingat tentang teori kepatuhan syariah *syariah compliance* yang dimana kita sebagai masyarakat umat islam harus mengingat kepatuhan syariah. Di dalam penggunaan praktek *Syariah compliance* menjadi bagian yang sangat penting untuk mengukur kinerja di suatu lembaga syariah, bahwa dalam prinsip - prinsip *Syariah Compliance* dalam pelaksanaannya harus memenuhi ketentuan hukum syariah dengan prinsip: adil (*adl*), seimbangan (*tawazun*) dan alamiah (*universalisme*), dalam transaksi juga tidak boleh mengandung *Riba, maysir, gharar, objek haram* dan *zalim*. Yang terpenting dalam prinsip-prinsip syariah (*Maqashid Syariah*) atau nilai masalah, yang dimana nilai ini mengandung semua peran aktivitas dapat memberikan manfaat bagi semua pihak bukan hanya golongan atau pribadi.

Perkembangan perbankan syariah selama 10 tahun terakhir ini sangat luar biasa pesatnya, namun bila di bandingkan aset dari perbankan syariah yang masih sangat kecil di bandingkan dengan total aset seluruh perbankan global¹. Dilihat dari kemajuan perbankan syariah dalam kurung waktu tersebut sangat bagus namun dalam hal aset sangat disayangkan karena masih sedikit, karena masyarakat masih belum banyak yang memahami tentang prinsip - prinsip syariah. Untuk itu dalam perbankan itu sendiri dalam pengoprasiaannya yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah belum mengenalkan kepada masyarakat luas sehingga masih ada masyarakat muslim

¹ Sultan Remy Sjahdeini, Perbankan Syariah Jakarta: Kencana Prenadamedia grup, 2014, h.39

yang masih memilih bank konvensional, untuk itu perlunya pemahaman kepada masyarakat muslim tentang prinsip-prinsip syariah.

Adapun perlu sebuah analisis yang dimana, analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan, karangan dan sebagainya) untuk mendapatkan fakta yang tepat (asal, usul, sebab, akibat, penyebab dan sebagainya).² Dengan adanya analisis terhadap suatu perbankan akan didapat suatu fakta, tentang perbankan syariah yang dimana dalam pengoprasiaannya sudah sesuai dengan prinsip syariah. Sehingga dalam mencari nasabah bisa menakutkan suatu nasabah khususnya umat muslim akan lebih tertarik sehingga akan lebih banyak masyarakat umat islam yang akan menggunakan perbankan syariah.

Untuk menarik masyarakat khususnya umat muslim agar menggunakan perbankan yang dalam pengoprasiaannya menggunakan kaidah - kaidah islam yang sesuai. Dari itu penerapan syariah *compliance* sangat berpengaruh terhadap perbankan syariah itu sendiri. Menurut bahasa penerapan adalah Pelaksanaan.³ Di perbankan syariah penerapan adalah suatu pengoprasianya atau program-program syariah *compliance* dalam hal ini adalah tingkat kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah di suatu perbankan syariah, termasuk hal pengoprasionalnya, pelayanannya, keuangannya dan managemennya.⁴ Pilar penting lembaga keuangan syariah adalah Syariah *Compliance*. Dipilar ini yang membedakan lembaga keuangan syariah dengan

²Peter Salim, Yenny Salim, Kamus besar Bahasa Indonesia Kontemporer, ed.1, (Jakarta: Modern English Press) h. 16

³ DEPDIBUD, Indonesia Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka 2005)

⁴ Laila Martasari , "Persepsi Masyarakat Terhadap Penerapan Syariah Compliance"
Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis , Vol 2 No.1 , Maret 2015

lembaga keuangan konvensional. Untuk menjamin terapkannya prinsip-prinsip pada syariah di suatu lembaga perbankan dan lembaga keuangan syariah, perlu pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS), jumlah pengawas Dewan Pengawas Syariah 2(dua) sampai 5(lima) orang pengawas bagi Unit Usaha Syariah dan Bank Umum Syariah.⁵ Karena pemerintah telah menetapkan dua Undang-Undang yang dimana memposisikan Dewan Pengawas Syariah (DPS) di lembaga perbankan dan lembaga keuangan dalam melaksanakan prinsip-prinsip kepatuhan Syariah yang dijalankan.

Untuk itu di dirikanlah suatu lembaga keuangan Syariah untuk bank maupun non bank, Hal seperti ini bertujuan untuk ta'awun dan beribadah kepada Allah SWT, dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dibentuk sebagai perwujudan adanya suatu kesadaran masyarakat terhadap prinsip-prinsip Islam yang sesuai, di suatu sistem perekonomian yang dilakukan dalam praktek sehari-hari (Penerapan Ilmu Ekonomi) baik perindividu, baik berkeluarga, baik berkelompok masyarakat dan dipemerintah ataupun penguasa sekalipun dalam mengorganisasikan faktor produksi, faktor distribusi dan pemanfaatan suatu barang dan jasa yang dihasilkan dalam peraturan Undang-Undang Islam. Pada sehingga suatu Lembaga Keuangan Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang dimana menggunakan prinsip-prinsip Kepatuhan Syariah sebagai dasar landasan operasionalnya, pada demikian semua transaksi dilakukan tidak terlepas dari peraturan syariah serta tidak bertentangan dengan Lembaga Keuangan Syariah. Lembaga keuangan

⁵ Muhammad, Audit dan Pengawas Syariah Pada Bank Syariah, UII Press, Yogyakarta, 2011, hal. 31

syariah sendiri dalam konsepsional dilaksanakan dengan tujuan menghindari riba dengan berbagai jenis praktik atau inovasi - inovasinya, yang memiliki 2 (dua) sifat utama seperti bunga berlipat dan aniayah. Selain itu juga untuk membangun budaya baru dalam pengelolaan perbankan yang mendapatkan titipan dana dari masyarakat, dengan cara menghindari penentuan prosentase sebuah bunga yang pasti memperoleh keuntungan, sebelum dilakukannya.

Namun jika dikaitkan dengan lembaga perbankan syariah yang berdasarkan nilai-nilai syariah maka perbankan syariah yang harus menjalankan operasionalnya yang sesuai dengan amanah juga terkandung dalam sebuah prinsip - prinsip Syariah dan melakukan aturan atau hukum secara adil (*Adl*) didalam lembaga perbankan syariah, tentunya setiap perbankan syariah memiliki suatu landasan dalam menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, dengan itu prinsip-prinsip syariah yang menjadi landasan pengelolaan perbankan syariah yang harus dipatuhi dan dijalankan dalam menjamin bahwa setiap laporan keuangan perbankan syariah yang sudah sesuai prinsip - prinsip syariah. Sehingga ketika prinsip - prinsip syariah telah dijalankan dengan baik dan terpenuhinya maka *maqashid syari'ah* juga akan tercapainya yaitu kemaslahatan.

Maka dari itu dibentuklah suatu Lembaga Kemanusiaan Nasional yang dapat menampung/menghimpun dana *fundraising* dari mereka untuk disalurkan pada masyarakat yang membutuhkan dalam hal perekonomian. Dalam penghimpunan dana *fundraising* tidak hanya yang identik dengan

menghimpunan dana semata saja, ruang lingkup begitu sangat luas, berpengaruh sangat besar eksistensinya dan pertumbuhan sebuah lembaga. Oleh karena itu tidak begitu mudah untuk memahami masalah ruang lingkup fundraising. Adapun *fundraising* pada lembaga *nirlaba* non profit seperti Kotak Amal salah satunya adalah melalui Ziswa dari masyarakat. Ziswa (Zakat, Shodaqoh, Infaq, dan Wakaf) sendiri ialah menjadi bagian dari instrumental dalam mengentas kemiskinan masyarakat. Karena, dari Ziswa salah satunya organisasi non profit bisa mencapai tujuan mereka⁶.

Funraising adalah proses mempengaruhi masyarakat seorang muzakki agar mau melakukan atau memberikan amal baik dalam bentuk penyerahan amal atau sumber daya lain - lainnya yang mempunyai bernilai kepada masyarakat yang membutuhkan (seorang mustahik). Adapun makna dengan “mempengaruhi” disini adalah meliputi suatu kegiatan memberitahukan, mengingatkan, mendorong, merayu atau mengimingi - imingi, termasuk juga memberikan tekanan, jika hal tersebut dimungkinkan. Untuk *Fundraising* sendiri dalam pengertiannya adalah usaha mengumpulkan dana dari berbagai sumber yang sekiranya berpotensi untuk mendapatkan dana yang diharapkan, baik dari dalam maupun dari luar, guna terelaksasinya progam-progam dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dalam rangka untuk kepentingan, kemajuan dan kesejahteraan bersama.⁷ *Fundraising* juga dapat dimaknai sebagai suatu kegiatan menghimpun amal atau sumber daya lainnya dari perindividu, masyarakat, perorganisasi, perusahaan atau sebuah intansi

⁶ Miftahul Huda. Model Manajemen Fundraising Wakaf. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Ponorogo. Vol. XIII, No. 1 Januari 2013. Hal 35.

⁷ Hendra Sutisna, 2006, Fundraising Database, piramedia, Jakarta, hal. 11

pemerintah akan digunakan untuk membiayai program-program dan kegiatan - kegiatan operasional atau operasionalnya lembaga yang pada akhirnya untuk mencapai visi, misi dan serta tujuan dari suatu lembaga amal tersebut. Dengan menghimpun amal atau dana yang baik dan yang benar akan banyak masyarakat yang akan terbantu dengan permodalan yang di berikan sehingga akan banyak umat muslim yang terbantu dan dapat mensejahterakan keluarganya.

Berdasarkan perundang undangan di Indonesia tentang bagaimana pengelolaan zakat yang diatur Undang-Undang nomer 23 tahun 2011 dengan 2 (dua) model yaitu: (1) Pertama zakat dikelola lembaga yang di bentuk oleh pemerintah Badan Amil Zakat (BAZ). Dimodel ini pemerintah memiliki wewenang dalam mengatur berbagai ketentuan mengenai pengelolaan zakat. (2) Kedua zakat dikelola oleh lembaga yang dibentuk oleh masyarakat Lembaga Amil Zakat (LAZ). Tetapi untuk model ini dalam kegiatan pelaksanaannya pemerintah memposisikan diri sebagai *regulator* (penghubung) dan fasilitator dalam rangka memastikan atau mengontrol bahwa setiap pengelolaan zakat dilakukan dengan baik dan demi kemaslahatan setiap umat. Sementara model yang kedua setiap masyarakat memiliki wewenang untuk mengelola suatu zakat, akan tetapi diharuskan berkordinasi siap dibina oleh pemerintah.

Yang seperti dijelaskan dalam AL- Quran Surah Adz-Dyariat ayat 19 :

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Yang artinya: “Pada harta benda mereka ada hak bagi orang miskin yang meminta dan yang tidak meminta”.

Dari ayat tersebut ada sebagian harta yang wajib di berikan untuk orang yang membutuhkan⁸.

Dari pengertian ayat diatas, pada tanggal 10 Oktober 2010 dengan melibatkan tokoh-tokoh pegiat sosial dan pegiat zakat nasional yang profesional dan berpengalaman yang dimotori oleh Prasetyo Widodo, Diah Rosma Puspitosari, Arip Imawan dan Asfahani Abdul Manan, LAZ Al Ummah berubah nama menjadi Kotakamal Indonesia dengan status lembaga Kemanusiaan Nasional (LKN) dan berkantor di Jl. Demak 1 No. 6 GKB Gresik⁹. Perlu diketahui lembaga kotak amal adalah sebuah lembaga kemanusiaan penghimpunan dan penyaluran dana yang dalam lembaga tersebut tidak berorientasi pada profit (keuntungan), melainkan lembaga nirlaba lembaga (non profit) yang bekerja untuk membantu menghipun dan menyalurkan dana kepada mereka yang membutuhkan untuk mencapai kehidupan yang lebih baik. mengingat dari sifat lembaga tersebut yang tidak meorientasikan profit, dari itu lembaga tersebut harus mampu memanagemen sumber dana yang diperlukan untuk membiayai lembaga itu agar dapat beroperasi *survive*, dan dapat melakukan perluasan, mengembangkan, mengurangi masyarakat hidup bergantung.

⁸ QS. Adz-Dyariat ayat 19

⁹ www.kotakamal.org/sejarahlembaga Akses : 25 Oktober 2019

Dalam manajemen Lembaga Kotak Amal ini pemimping cabang berpegang teguh pada lima sifat yaitu: Pertama *Siddiq* menjadikan kejujuran sebagai pondasi landasan sebuah ucapan, keyakinan dan perbuatan berdasarkan nilai yang kebenaran. Kedua *Amanah* merupakan bertanggung jawab, dalam menyampaikan atau melaksanakan tugasnya. Ketiga *Tabliq* menjadi teladan bagi anggota yang lain. Keempat *Fathanah* memahami, mengerti dan melaksanakan apa yang menjadi tugasnya. Kelima *Istiqamah* yaitu konsisten dalam melaksanakan tugasnya.

Ada beberapa kegiatan pengumpulan *Fundraising* dana yang dilakukan lembaga kotak amal tersebut untuk pengumpulan dana dari donatur antara lain:

1. Kampanye, kegiatan yang dilakukan hal ini seperti mensosialisasikan ke masyarakat yang bertujuan demi untuk memberi pemahaman kepada masyarakat muslim tentang masalah Ziswa (zakat, infaq, shodaqoh dan waqaf). Sosialisai ini bersifat dalam berupaya menggiring opini dan peradaban masyarakat zakat.
2. Kerjasama Program, halini menawarkan program-program untuk dikerjakamkan dengan suatu lembaga atau perusahaan intansi lain dalam aktivitas pengumpulan dana zakat.
3. Diskusi atau Seminar, dengan adanya acara ini memiliki tujuan untuk mensosialisasikan dan memberikan pahaman kepada masyarakat tentang hukum, porosentasi dan manfaat zakat.

4. Rekening Bank dengan menggunakan sarana digital ini dapat memberi kemudahan bagi masyarakat (seorang muzakki) untuk memberikan Ziswa (zakat, infaq, shodaqah, waqaf).

Dari latar belakang diatas, peneliti melakukan peneltian yang berjudul “Analisis Syariah Compliance Dalam Fundraising di Lembaga Kotak Amal Daerah Kediri”

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Tentang kepatuhan syariah (Syariah Complien) di Lembaga Keuangan Syariah.
- b. Strategi penghimpunan dana (Fundraising) di lembaga kotakamal Kediri.
- c. Managemen lembaga kotak amal serta mengoptimalkan Sumber daya insani.
- d. Prodak apa saja yang di tawarkan di lembaga kotak amal.
- e. Lokasi lembaga kotak amal tersebut di dirikan.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah dan kemampuan peneliti dalam mengidentifikasikan masalah, maka dalam penelitian ini, peneliti akan membatasi masalah pada:

- a. Tentang kepatuhan syariah (Syariah Complien) di kotak amal Kediri.
- b. Strategi penghimpunan dana (Fundraising) di lembaga kotakamal Kediri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Mekanisme yang digunakan di lembaga kotak amal dalam penghimpunana dana (fundraising)?
2. Bagaimana kepatuhan syariah (Syariah Compliance) di lembaga kotak amal Kediri?

D. Kajian Pustaka

Sebuah peneletian yang berjudul “Analisis Strategi Fundraising Terhadap Syariah Compliance Di Lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri” tidak lepas dengan penelitian terdahulu untuk dijadikan bahan referensi dan juga pandangan oleh penulis. Adapun penelitian yang berkaitan dengan tersebut, sebagai berikut:

1. ANGRIANI, “PENERAPAN SYARIAH COMPLIANCE SEBAGAI PRINSIP SYARIAH GOVERNANCE PADA BANK MUAMALAT INDONESIA TBK CABANG MAKASSAR” UIN ALAUDDIN MAKASSAR, dari hasil penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana penerapan prinsip syariah dalam hal ini syariah compliance pada Bank

Muamalat Indonesia Tbk Cabang Makassar terkait penyusunan laporan keuangan. Pada Prinsip-prinsip syariah tersebut diantaranya prinsip Ukhuwah, Adl (adil), Tawazun(seimbang), Universalisme(alamiyah) tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan objek haram dan Masalahah “mencapai kebaikan bersama untuk memperoleh manfaat bersama” (kemaslahatan)

2. YENNI TAMALASARI, “SKRIPSI PENGARUH SYARIAH COMPLIANCE TERHADAP MARKET SHARE BANK SYARIAH” Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dari hasil penelitian ini peneliti ingin memberikan pentingnya menjalankan prinsip – prinsip syariah dalam suatu perbankan harus dilakukan dengan konsisten supaya nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah tidak berhenti, supaya reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah itu juga meningkat serta sebagai prediksi indicator keberhasilan bank syariah di masa yang akan datang dalam rangka meningkatkan *Market Share*.
3. HARIYANTO BUHARI “STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT Pada Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Surabaya” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA. Dari hasil penelitian tersebut ada dua strategi yang digunakan oleh Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Surabaya yaitu:
 - a.) Strategi *offline* adalah petugas Baitul Maal Hidayatullah (BMH) bertemu langsung dengan masyarakat petugas Baitul Mall Hidayatullah (BMH) disebut juga dengan strategi darat. Strategi offline/darat yang

digunakan oleh Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Surabaya ada tiga (3) macam. 1) Pendekatan Persuasif yaitu petugas Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Surabaya bertatap muka langsung dengan pemilik harta (donatur/muzakki). 2) Door to door yaitu petugas Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Surabaya mendatangi rumah-rumah pemilik harta (donatur/muzakki) untuk penyerahan harta zakatnya 3) Kerjasama dengan Pengurus Masjid yang berada di Kota Surabaya dalam penghimpunan dana zakat.

b.) Online Strategi yang digunakan oleh petugas Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Surabaya memasarkannya dengan media Facebook, Intagram dan Whatsapp

4. STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA SOSIAL UMMAT PADA LEMBAGA-LEMBAGA FILLANTROFI DI INDONESIA (Studi Kasus Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid, Dompot Dhuafa Republika, BAZNAS, dan BAZIS DKI Jakarta) N.Oneng Nurul Bariyah Dosen Universitas Muhammadiyah Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk-bentuk penghimpunan dana yang dilakukan, yaitu: Media yang digunakan: Cetak, elektronik, internet, dan media komunikasi. Dalam hal ini ada beberapa cara, yaitu: Media Campaign, Direct Mail, Telefundrinsing, Direct fundrising, kerjasama program, Special event, Religius Fund, Pembentukan Unit Pengumpul Zakat (UPZ), Kerjasama Program PKBL dan CSR, Donasi ritail dana kemanusiaan, Melalui bank:

ATM (transfer, phone dan internet banking), layanan donasi lewat sms dan Zakat on-line.

5. WAHYUDI “MANAGEMEN PENGHIMPUNAN DAN PENDAYAGUNAAN ZAKAT, INFAQ, SEDEKAH (ZIS) DAN WAQAF UANG MELALUI TEKNOLOGI INFORMASI PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT (LAZ) PORTALINFAQ” UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.

Dari berbagai penelitian-penelitian terdahulu, penelitian diatas yang saling terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan. Pada peneliti sebelumnya memiliki persamaan pada penelitian yang sama-sama membahas tentang penghimpunan dana social yang sesuai dengan Syariah Compliance.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah hal-hal tertentu yang hendak di capai dalam suatu penelitian. Tujuan ini peneliti akan memberikan arah dalam pelaksanaan peneliti.

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme penghimpunan dana *Funraising* di lembaga Kotak Amal Kediri.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepatuhan syariah *Syariah Compliance* di Kotak Amal Kediri.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Dengan adanya peneletian ini, peneliti berharap agar dapat memberikan kegunaan:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini untuk mengembangkan pengetahuan secara teori yang sudah didapat dalam perkuliahan, sehingga dapat mengaplikasikannya pada penelitian dan mengetahui tentang fundraising dalam syariah compliance di lembaga keuangan syariah.

2. Bagi Lembaga Kotak Amal

Hasil penelitian ini diharapkan bisa sebagai bahan evaluasi bagi Lembaga Kotak Amal untuk meningkatkan kinerjanya. Dan juga bisa sebagai bahan informasi untuk mempertimbangkan saat mengeluarkan atau mengambil kebijakan sehingga bisa memberi kemaslahatan pada anggota dan Lembaga Kotak Amal.

G. Definisi Operasional

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami judul skripsi ini, maka penulis akan mendriskripsikan beberapa kata istilah didalam judul skripsi tersebut, meliputi:

1. Strategi Fundraising

Fundraising adalah sebagai kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) dana tersebut akan digunakan untuk membiayai progam dan kegiatan opsasional lembaga dalam rangka mencapai tujuan bersama yaitu kesejahteraan umat.

2. Syariah Compliance

Kepatuhan Syariah (sharia compliance) adalah konsekuensi Lembaga Keuangan Syariah terhadap penggunaan pedoman-pedoman yang secara legal formal disepakati sebagai pedoman syariah. Dan ketentuan-ketentuan ekonomi Islam secara keseluruhan. Disamping kepatuhan yang bersifat umum, maka kepatuhan syariah disini juga dalam hal operasionalnya. kepatuhan syariah secara operasional adalah kepatuhan kepada Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) karena Fatwa DSN merupakan perwujudan prinsip dan aturan syariah yang harus ditaati dalam Lembaga Keuangan Syariah. Dengan demikian dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa kepatuhan syariah adalah ketaatan dan konsekuensi Lembaga Keuangan Syariah (LKS) terhadap prinsip syariah baik dalam produk-produk maupun dalam operasional.

H. Metode Penelitian

Model penelitian menjelaskan dan menggambarkan bagaimana cara peneliti dilaksanakan secara tertata, sistematis serta sesuai dengan teknik-teknik yang harus di gunakan dalam pengumpulan, pengelolaan dan analisis data. Sesuai dengan judul penelitian ini yaitu “ Analisis Strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri Dalam Meningkatkan Perolehan Donasi Penghimpunan”, maka penelitian ini termasuk penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang

menghasilkan data deskriptif, berupa ucapan atau tulisan serta perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek) itu sendiri.¹⁰

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan mengambil lokasi di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri yang beralamat di Perum Doko Indah Blok B-21 Ngasem-Kediri. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yakni mengumpulkan data dengan melakukan penelitian langsung ke lapangan. Untuk melaksanakan penelitian tersebut, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti, diantaranya:

1. Data yang di kumpulkan

Data yang dikumpulkan untuk menjawab masalah dalam penelitian ini adalah data mengenai penghimpunan dana *Fundraising* di Lembaga Kotak Amal Daerah Kediri.

2. Sumber Data

Sumber data adalah asal dari manakah data tersebut diperoleh. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Dimana sumber data utama diperoleh dari penelitian kualitatif yaitu kata-kata serta tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen, dan lain – lain. Dalam penelitian ini, perolehan data berasal dari dua sumber, antara lain:

- a. Data Primer

Data primer atau biasa disebut data tangan pertama, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan

¹⁰ Arif Furchan, *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif* (Surabaya : Usaha Nasional, 1992), 21.

menggunakan alat pengukur atau alat pengambilan data langsung dari subjek sebagai informasi yang dicari.¹¹ Dalam penelitian ini pengambilan data primer yang dilakukan peneliti yaitu hasil wawancara dengan manager atau kepala cabang serta para karyawan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

b. Data Sekunder

Data sekunder atau biasa disebut data tangan kedua, merupakan data yang diperoleh melalui pihak lain, atau tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder berbentuk data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia. Dalam penelitian ini sumber data sekunder berupa dokumentasi yang terdiri dari arsip, dokumen serta data- data lainnya. Data sekunder diperoleh dari beberapa sumber, antara lain lembaga– lembaga penelitian swasta atau pemerintah. Data dapat diperoleh melalui masing – masing lembaga tersebut, baik berupa laporan – laporan, profil, buku-buku maupun literatur lainnya.¹²

3. Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian

a. Subjek

Subjek yang dipakai oleh peneliti adalah Lembaga Kemanusiaan Nasional Kotak Amal Kediri mengenai data dari pemimpin cabang dan para relawan Kotak Amal.

¹¹ Saefudi Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004), 19.

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta : Rineka Cipta, 1998), Cet. II, 114.

b. Objek

Objek yang diteliti oleh peneliti adalah penghimpunan dana fundraising di Kotak Amal Kediri dalam kepatuhan syariah Syariah Compliance.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian disini adalah tempat yang digunakan untuk mencari sumber data oleh peneliti, dimana peneliti akan memperoleh sumber data. Pada penelitian ini, lokasi yang digunakan yaitu di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri yang beralamatkan di Perum Doko Indah Blok B-21 Ngasem, Kediri, serta berfokus pada strategi fundraising yang diterapkan di kotak amal Indonesia Cabang Kediri.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh data yang di butuhkan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut: Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. *Interview* atau Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab atau percakapan yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Metode wawancara bertujuan untuk untuk memperoleh dataa yang berhubungan dengan pelaksanaan penelitian.

Dalam metode ini, peneliti menggunakan metode wawancara tidak berstruktur, yang mana wawancara yang dilakukan hanya memuat garis

besar yang akan ditanyakan. Seperti yang peneliti lakukan yaitu wawancara dengan Kepala Cabang dan para karyawan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri mengenai strategi fundraising yang diterapkan untuk meningkatkan perolehan donasi penghimpunan. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan manager/pemimpin cabang lembaga Kemanusiaan Nasional Kotak Amal Kediri. Untuk memperoleh informasi terkait dengan kepatuhan syariah *syariah compliance* dalam penghimpunan dana *fundraising* di lembaga Kotak Amal Kediri.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik mengumpulkan data atau menjaring data dengan cara melakukan pengamatan terhadap obyek dan subyek penelitian secara sistematis dan seksama.¹³

Metode observasi ini salah satu pengumpulan data yang dilakukan seorang peneliti yang hendak melakukan pengamatan tentang *Syariah Compliance* dalam *Fundraising* di Lembaga Kotak Amal Kediri.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dan pencarian data dengan melalui data-data dari naskah-naskah kearsipan (baik dalam bentuk cetakan atau rekaman), data gambar dan lain sebagainya.¹⁴

Hal ini dilakukan seorang peneliti untuk mendapatkan data tentang Analisis *Syariah Compliance* dalam *Fundraising* di Lembaga Kotak

¹³ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm 136

¹⁴ Ibid. Hlm 138

Amal Kediri. Dokumentasi merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk memperoleh dengan jalan menyelidiki dokumentasi yang ada sebagai tempat menyimpan data. Metode dokumentasi adalah kegiatan mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti notulen rapat, agenda dan lain – lain.

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan tentang:

- a. Sejarah berdirinya Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.
- b. Struktur organisasi dan visi misi Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.
- c. Pengelolaan dalam menghimpun donasi dengan menggunakan strategi fundraising yang diterapkannya dalam Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Rekapitan perolehan donasi penghimpunan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam setiap tahun.

6. Teknik Pengolahan Data

Setelah semua data yang diperlukan terkumpul maka peneliti menggunakan teknik-teknik berikut ini :

- a. Tahap sebelum ke lapangan

Meyusun proposal penelitian, menemukan fokus penelitian, konsultasi fokus penelitian kepada pembimbing, menghubungi lokasi penelitian, mengurus surat izin penelitian dan seminar proposal penelitian. Tahap Pekerjaan lapangan Kegiatan pengumpulan data atau informasi yang terkait dengan fokus penelitian dan pencatatan data.

b. Tahap Analisis Data adalah penafsiran data, pengecekan, keabsahan dan juga memberi makna. Analyzing, yaitu memberikan analisis lanjutan terhadap data yang diperoleh dari sumber-sumber penelitian dengan menggunakan teori yang sesuai dengan objek penelitian sehingga diperoleh kesimpulan. Dalam hal ini peneliti akan menganalisis data yang ada dengan perspektif teori strategi fundraising.

c. Tahap Penulisan Laporan

Penyusunan hasil penelitian, konsultasi hasil penelitian kepada pembimbing, perbaikan hasil konsultasi, pengurusan kelengkapan persyaratan ujian dan munaqasah skripsi.

1. Editing, yaitu memeriksa kembali semua data yang diperoleh dari kelengkapan, kejelasan makna, kesesuaian dan keselarasan antara yang satu dengan yang lain. Dalam hal ini penulis akan memeriksa kembali kelengkapan dan kejelasan makna tentang syariah compliance dalam Fundraising di lembaga Kotak Amal Kediri.
2. Organizing, yaitu menyusun dan mensistematisasi data yang diperbolehkan dalam kerangka paparan.

7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Dalam deskriptif ini peneliti memberikan gambaran suatu kondisi di lapangan yang kemudian diuraikan dalam bentuk kalimat. Selain itu peneliti dalam penyampaiannya dalam kondisi di lapangan menggunakan pola induktif dimana penulis akan mendeskriptifkan fakta-

fakta secara nyata dan apa adanya sesuai dengan objek kajian dalam penelitian untuk memperoleh data yang semaksimal mungkin dengan memaparkan/menggambarkan data yang diperoleh secara umum untuk ditarik kesimpulan secara khusus dengan melakukan pembacaan dan analisis data terhadap sumber data yang diperoleh. Analisis data yaitu upaya yang dilakukan untuk mencari data serta menata catatan hasil observasi, wawancara dan data lainnya. Tujuan menganalisis data ada 2 yaitu pertama bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Yang kedua, untuk menetapkan data secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman tentang kasus yang diteliti oleh peneliti.

Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut, maka analisis data perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna. Dimana peneliti berusaha untuk menyusun data-data yang telah ditemukan dengan tujuan agar peneliti lebih bisa memperdalam masalah lebih rinci dan menyajikannya dengan suatu deskriptif yang baik. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik Berikut 3 tahapan yang digunakan dalam menganalisis data, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data ialah proses dalam pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan serta transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang bertujuan untuk menajmakan, menggolongkan,

mengarahkan, membuang yang tidak perlu serta mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga memperoleh beberapa kesimpulan yang dapat ditarik serta diverifikasi.

b. Penyajian Data (*Display data*)

Penyajian data (*display data*) ialah proses dalam menyajikan beberapa informasi yang tersusun serta memberikan kemungkinan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan demikian, maka peneliti dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion data*)

Penarikan kesimpulan (*Conclusion data*) adalah kegiatan penyimpulan makna-makna yang muncul dari data yang harus diuji kebenarannya dan kecocokannya dari data yang telah disajikan.¹⁵

8. Teknik Validasi Data

Teknik validasi data dalam skripsi ini peneliti menggunakan *triangulasi* dengan menggunakan derajat kepercayaan *credibility*. Kredibilitas data bertujuan untuk membuktikan bahwa apa yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti sesuai dengan kenyataan yang ada dalam latar penelitian. Menurut Patton *triangulasi* merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang

¹⁵ Mathew B. Miles, dkk. *Analisis Data Kualitatif. Terj.* Tjejep Rohendi Rohidi (Jakarta : UI Press, 1992), 16-19.

telah dilakukan dengan memanfaatkan dengan penggunaan sumber, metode dan teori.

Triangulasi dengan penggunaan sumber berarti peneliti membandingkan dan memeriksa derajat kepercayaan suatu informasi melalui waktu dan alat yang berbeda. Jika terjadi perbedaan dalam informan peneliti maka yang dijadikan pegangan di sini melalui alasan-alasan dari informasi peneliti. Triangulasi dengan menggunakan teori, dengan melakukan penjelasan banding (*fival Explanation*) yaitu membandingkan satu atau lebih teori dengan hasil penelitian yang sudah didapatkan¹⁶. Untuk menentukan keabsahan data atau kredibilitas data tersebut, maka peneliti menggunakan teknik pemeriksaan sebagai berikut:

a. Ketekunan dan Pengamatan

Ketekunan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam meningkatkan perolehan donasi penghimpunan dalam setiap tahunnya.

b. Perpanjangan Waktu Penelitian

Agar dalam penelitian ini memperoleh hasil yang maksimal dan benar-benar sesuai apa yang diharapkan, maka peneliti menggunakan perpanjangan waktu dari waktu yang sudah ditentukan.

¹⁶ Ibid hal 4

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini digunakan untuk menyusun skripsi agar terarah dengan bidang yang kaji dan digunakan untuk mempermudah pembahasan, dalam penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, dan setiap bab terdiri dari beberapa sub-sub, yang mana antara satu bab dengan lainnya saling terkait dengan pembahasan. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

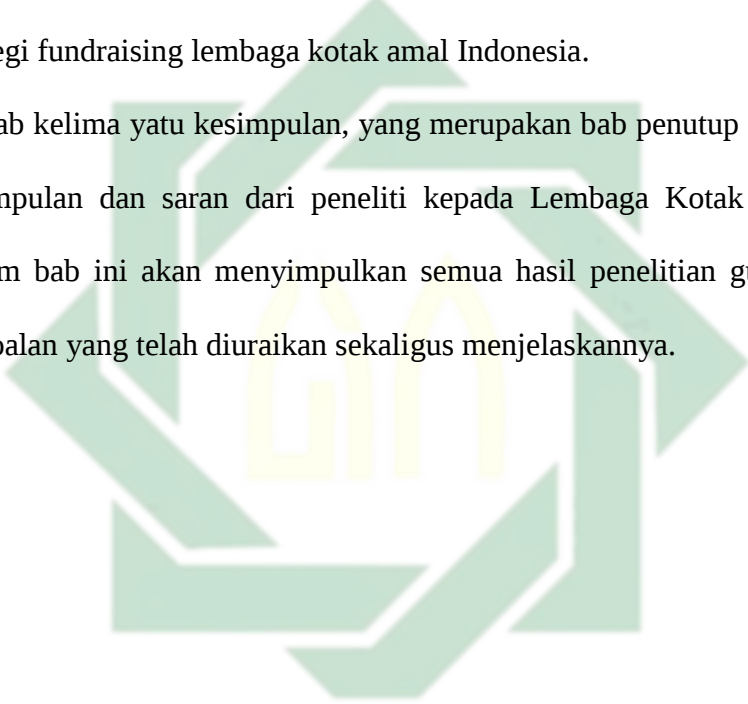
Bab pertama yaitu pendahuluan, yang didalamnya meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, kemudian permasalahan yang akan dijadikan sebagai rumusan masalah, kemudian kajian pustaka yang bertujuan untuk mengetahui perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, kemudian tujuan penelitian yang menjawab dari rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti, kemudian kegunaan hasil penelitian ini bertujuan agar mengetahui manfaat penelitian, kemudian definisi operasional ini bertujuan untuk menjelaskan istilah kata pada judul penelitian, kemudian metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua yaitu Landasan teori, yang didalamnya menguraikan tentang isi dari kerangka teori pada penelitian. Teori yang akan dibahas pada bab kedua ini adalah teori yang terkait dengan *Syariah Compliance* kepatuhan Syariah dan teori tentang *Strategi Fundraising* penghimpunan dana di Lembaga Kotak Amal Kediri.

Bab ketiga yaitu paparan data dan penelitian, gambaran umum mengenai objek penelitian, meliputi sejarah, profil kotak amal, visi dan misi, struktur organisasi hasil wawancara.

Bab keempat yaitu tentang pembahasan mengenai konsep strategi fundraising kotak amal Indonesia, pelaksanaan syariah compliance dalam strategi fundraising lembaga kotak amal Indonesia.

Bab kelima yaitu kesimpulan, yang merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran dari peneliti kepada Lembaga Kotak Amal Kediri. Dalam bab ini akan menyimpulkan semua hasil penelitian guna menjawab persoalan yang telah diuraikan sekaligus menjelaskannya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Fundraising

1. Pengertian Strategi Fundraising

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (stratos = militer, dan ag = memimpin) yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan pertempuran. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer ditujukan pada pemahaman akan kekuatan dan penetapan posisi lawan dan karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap seseorang yang menempati pada teritorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi¹⁷.

Konsep Strategi diartikan sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi (*strategy is a comprehensive plan for accomplishing organization's goals*). Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya. Akhirnya perlu disadari bahwa pada dasarnya

¹⁷ Fandy Tjipto, dkk. *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008). 3.

strategi dijalankan oleh suatu organisasi adalah sekumpulan komitmen atas tindakan atau aksi yang terintegrasi dan terkoordinasi untuk mengusahakan atau mengolah kompetensi.

Menurut bahasa *fundraising* berarti penghimpunan dana atau penggalangan dana, sedangkan menurut istilah *fundraising* merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat, infak dan sedekah serta sumber dana lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.¹⁸ dari penjelasan tersebut *fundraising* adalah sebuah cara untuk menghimpun suatu dengan cara mempengaruhi masyarakat agar mau mengeluarkan sedikit hasil dari penghasilannya untuk melakukan suatu amal kebajikan dalam bentuk memberi dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk diberikan kepada masyarakat yang berhak menerimanya.

2. Tujuan Strategi Fundraising

Setiap tindakan dari beberapa hal yang menjadi tujuan dari fundraising bagi sebuah organisasi pengelola zakat adalah pengumpulan suatu dana sesuai dengan istilahnya (*fundraising*) berarti pengumpulan dana. Namun yang dimaksud dana disini bukanlah uang saja, tetapi dana dalam arti yang luas. Termasuk didalamnya suatu barang dan jasa yang memiliki nilai materi. Walaupun demikian dana dalam arti uang adalah penting.

18

Mengingat sebuah organisasi non profit (nirlaba) tanpa menghasilkan dana maka tidak ada sumber daya yang akan dihasilkan. Sehingga apabila sumber daya sudah tidak ada maka organisasi akan kehilangan kemampuan untuk terus bertahan survive menjaga kelangsungan hidupnya.

Adapun tujuan *fundraising* sebagai berikut :

1. Mengumpulkan dana

Mengumpulkan dana adalah merupakan tujuan fundraising yang paling mendasar. Dana dimaksudkan adalah dana zakat maupun dana operasi pengelolaan zakat. Termasuk dalam pengertian dana adalah barang atau jasa yang memiliki nilai material. Tanpa adanya aktivitas fundraising kegiatan lembaga pengelola zakat akan kurang efektif. Bahkan apabila aktivitas fundraising yang tidak menghasilkan dana sama sekali fundraising, maka tidak ada sumber daya, maka lembaga akan menghilangkan kemampuan untuk terus menjaga kelangsungan programnya, sehingga pada akhirnya lembaga akan melemah.

2. Meningkatkan jumlah donatur.

Amil melakukan fundraising dengan harapan menambah jumlah atau donator. Untuk dapat menambah jumlah donasi, maka ada dua cara yang dapat ditempuh, yaitu menambah donasi dari setiap donatur atau menambah jumlah donatur baru. Di antara kedua pilihan tersebut, maka menambah donatur adalah cara yang relatif lebih mudah dari pada menaikkan jumlah perolehan donasi dari setiap donatur. Dengan alasan tersebut maka, dalam proses fundraising dari waktu ke waktu

juga harus berorientasi dan berkonsentrasi penuh untuk terus menambah jumlah donatur.

3. Meningkatkan kepuasan donatur

Tujuan ini berorientasi untuk jangka panjang, meskipun dalam pelaksanaannya kegiatan ini secara teknis dilakukan sehari-hari. Mengapa memuaskan muzaki itu penting? karena kepuasan muzaki akan berpengaruh terhadap nilai donasi yang akan diberikan kepada lembaga. Mereka akan mendonasikan dananya kepada lembaga secara berulang-ulang, bahkan menginformasikan kepuasannya terhadap lembaga secara positif kepada orang lain. Di samping itu, muzaki yang puas akan menjadi tenaga fundraiser alami (tanpa diminta, tanpa di-SK-kan, tanpa dilantik, dan tanpa dibayar). Dengan cara ini secara bersamaan lembaga mendapat dua keuntungan. Oleh karenanya dalam hal ini benar-benar diperhatikan, karena fungsi pekerjaan fundraising lebih banyak berinteraksi dengan muzaki, maka secara otomatis kegiatan fundraising juga harus bertujuan untuk memuaskan muzaki.

3. Metode Strategi Fundraising

Strategi fundraising adalah bagian terpenting dalam lembaga penghimpun dana hasil dari analisis mengenai factor internal dan external organisasi yang akan menentukan apa yang akan di tawarkan dan di promosikan oleh lembaga penghimpun dana. Hamid Abidin mengungkapkan, aspek dalam strategi fundraising dikenal sebagai berikut siklus fundraising yang terdiri dari identitas calon donatur, pengelolaan

dan penjagaan donatur, penggunaan metode fundraising serta monitoring dan evaluasi fundraising. Berikut penetapannya¹⁹

1. Identifikasi donatur adalah menentukan siapa dan bagaimana cara, untuk dari sumberdayanya tergolong menjadi dua yaitu *pertama* perorangan atau lebih memfokuskan kepada perorangan atau individu – individu, jadi pengidentifikasinya lebih berfokus terhadap perorangan yang dimana setiap orang mempunyai jumlah harta yang berbeda-beda. Tidak hanya berfokus kepada perorangan focus identifikasi selanjutnya adalah kepada institutional yaitu fundraising yang berfokus kepada mitra kerja, lembaga atau organisasi.
2. Menggunakan metode fundraising adalah penentuan metode yang tepat untuk melakukan pendekatan terhadap donatur. Hal ini perlu dilakukan karena akan menjadi penentu keberhasilan perolehan dana yang besar dari fundraising dari donatur.
3. Pengelolaan dan penjagaan pengelolaan donatur dilakukan dengan tujuan meningkatkan jumlah sumbangan, mengarahkan donatur untuk menyumbang pada program tertentu, atau meningkatkan status dari donatur tidak tetap menjadi donatur tetap. Sementara penjagaan donatur dapat dilakukan dengan kunjungan hangat, mengirimkan informasi, memberikan layanan kepada donatur, serta melibatkan donatur dalam setiap acara.

¹⁹ Hamid Abidin, dkk, *Membangun kemandirian Perempuan Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, Serta Strategi penggalangannya*, hlm 134

4. Monitoring dan evaluasi yaitu memantau bagaimana proses yang dilakukan dari kegiatan fundraising serta menilai efektifitasnya. Hal ini bertujuan untuk menilai seberapa efektif upaya yang dilakukan, memastikan apakah ada permasalahan dalam pelaksanaannya serta seberapa besar hasil yang dicapai.

4. Pelaksanaan Metode Fundraising

Adapula dalam penghimpunan di lembaga keuangan terdapat metode-metode menurut Muhsin Kalida mengungkapkan ada empat metode dalam fundraising:

1. Metode pertama *Face to face* atau tatap muka dalam metode ini berdialog secara langsung dalam rangka menawarkan program dengan calon donatur dengan cara bertemu secara langsung ke tempat donator, baik secara individu, atau ke suatu perusahaan.
2. Metode ke dua mengirim pesan melalui tulisan *Direct mail* yaitu menawarkan program program secara tertulis untuk kepada donatur ataupun instansi perusahaan supaya ikut berpartisipasi menyalurkan dana ke lembaga penghimpun dana.
3. Metode ke tiga *Special Event* yaitu penggalangan dana atau fundraising dengan menggelar acara secara khusus, atau pun di suatu moment dalam suatu event.
4. Metode yang ke empat *Campaign* yakni fundraising dengan kampanye atau menyiarkan melalui berbagai media komunikasi seperti melalui

pamflet-pamflet, internet, media komunikasi lainnya dengan promosi program-program lembaga.²⁰

B. Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance)

Pengertian Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) Kepatuhan syariah (Sharia Compliance) merupakan penerapan prinsip-prinsip Islam, aturan syariah, dan tradisinya dalam transaksi keuangan dan bisnis lain yang terkait.²¹ Dalam hal ini dimana dalam budaya kepatuhan syariah tersebut adalah nilai, perilaku dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan terhadap seluruh ketentuan yang berlaku.

Kepatuhan secara konsisten telah menjadikan syariah sebagai kerangka kerja bagi sistem lembaga syariah dalam alokasi sumber daya, manajemen, produksi, aktivasi pasar modal, dan distribusi kekayaan.²²

Islam memaparkan bahwa semua aturan Islam dalam segala aspek kehidupan adalah sebuah kewajiban, termasuk dalam hal ekonomi. Demikian pula aspek ekonomi Islam merupakan kajian yang mencakup aspek mu'amalah. Sehingga prinsip-prinsip syariah dibutuhkan dalam menjalankan bisnis dengan konsep syariah yang sesuai dengan kaidah-kaidah Islam. Dalam kepatuhan syariah adapula prinsip etika yang telah dijelaskan dalam islam antar lain, sebagai berikut :

²⁰ Muhsin Kalida., "Fundraising dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyarakatan" , Jurnal Aplikasi (Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama), vol V, NO 2, (Desember,2004), di unduh dari <http://digilib.uinsuka.ac.id/8370/1/MUHSIN%20LEMASYARAKATAN.pdf> pada tanggal 10 juli 2022, pukul 20:00 WIB.

²¹ Zeinal Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Tangerang: Aztera Publisher, 2009), 2

²² Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah: Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 145.

1. Prinsip keadilan Prinsip Keadilan: merupakan salah satu prinsip yang utama dalam mekanisme perekonomian Islam serta dapat diartikan sebagai pengakuan dan perlakuan yang seimbang antara hak dan kewajiban. Seperti halnya menghindari kedzaliman dengan tidak memakan harta sesama dengan cara yang batil.

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَنِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.²³

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang dalam kegiatan bisnis dalam relasi eksternal perusahaan maupun relasi internal perusahaan perlu diperlakukan secara sama dan sesuai dengan haknya masing-masing. Oleh karena itu memperlakukan setiap orang sesuai haknya sangatlah penting. Seperti ayat al-Quran surah Al-Isra' ayat 35 dibawah ini:

﴿وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا﴾

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”²⁴

2. Prinsip Kebenaran, Keseimbangan Dan Kejujuran: Kebenaran merupakan suatu nilai kebenaran yang dianjurkan serta tidak bertentangan dengan aturan Islam. Dalam konteks bisnis syariah, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, dari proses akad (transaksi),

²³ Al-Quran, 90:

²⁴ Al-Quran, 08: 108.

proses memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya menetapkan margin keuntungan (laba). Prinsip kejujuran paling problematik karena masih banyak pelaku bisnis yang melakukan penipuan dalam praktik bisnisnya. Prinsip ini tercermin dalam beberapa prinsip di antaranya:²⁵

- a) Akad transaksi harus tegas, jelas, dan pasti.
- b) Transaksi yang merugikan dilarang. Setiap transaksi yang merugikan diri sendiri maupun pihak kedua dan pihak ketiga dilarang.
- c) Mengutamakan pentingnya kepentingan bersama yang harus didahulukan tanpa menyebabkan kerugian individu.
- d) Prinsip manfaat. Objek transaksi harus memiliki manfaat
- e) Transaksi yang mengandung unsur riba dilarang.
- f) Prinsip suka sama suka (saling rela, ‘an taradhin). Prinsip ini berlandaskan pada firman Allah Swt dalam Al-Quran surah An-Nisa ayat 29 di bawah ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

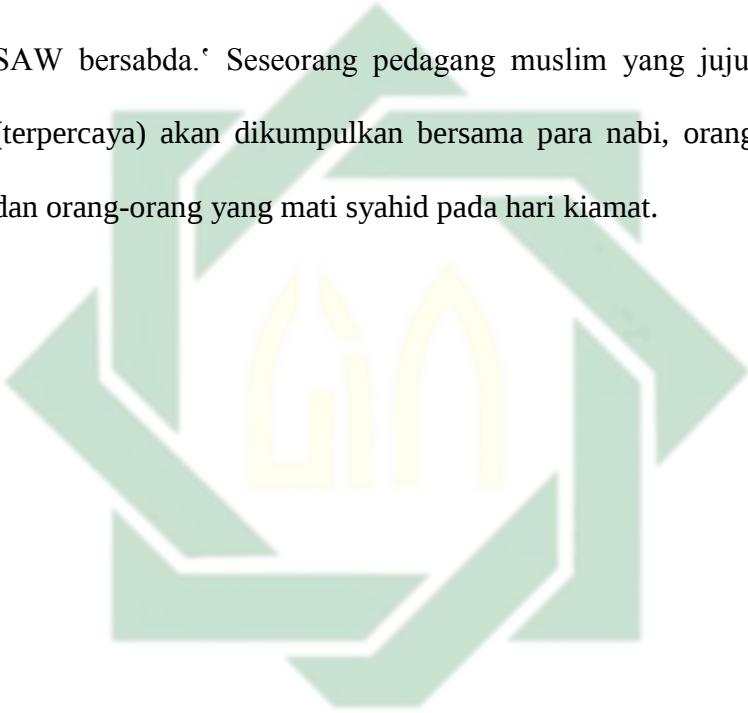
“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”²⁶

²⁵ Madani, Hukum Sistem Ekonomi Islam (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2015), 18-19

²⁶ Al-Quran, 29: 83.

3. Prinsip Amanah merupakan prinsip ini mengarahkan sebuah bisnis secara aktif dan maksimal dalam hal kebaikan dan kepercayaan, jika hal itu tidak dapat dilakukan oleh pelaku bisnis maka minimal tidak melakukan sesuatu yang merugikan orang lain. Seperti hadits dibawah ini:²⁷

Dari ‘Abdullah bin ‘Umar Radhiallahu ‘Anhu bahwa Rasulullah SAW bersabda.‘ Seseorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan dikumpulkan bersama para nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

²⁷ Muhammad, Etika Bisnis Islam, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hal 54.

BAB III

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Kotak Amal Indonesia

Kotak Amal Indonesia adalah sebuah lembaga sosial masyarakat serta lembaga nirlaba yang bertujuan untuk menghimpun dan mengelola ZISWAF (zakat, infaq, sedekah dan wakaf).

Bermula pada tanggal 23 Desember 1998 di kota Gresik, sekelompok pegiat sosial yang diprakarsai oleh Achmad Fauzi, Eka Hariono dan Endri Santoso mendirikan sebuah yayasan pendidikan sosial yang diberi nama Yayasan Al – Ummah yang beralamat di Jl. Bali Blok-H No. 3 GKB Gresik.

Kemudian, pada tanggal 27 Maret 2006 Yayasan Al – Ummah membentuk Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al – Ummah dibawah kepengurusan Anwar Mahzumi, Agus Fatoni dan Diah Puspitosari. Yayasan tersebut beralamatkan di Jl. Jawa No. 110 GKB Gresik.

Seiring berjalannya waktu, pengurus Lembaga Amil Zakat Al-Ummah serta masyarakat berharap agar lembaga tersebut lebih bermanfaat tidak hanya di kota Gresik saja, melainkan bisa men-nasional. Dengan demikian, pada tanggal 10 Oktober 2010 dengan mengikutsertakan tokoh – tokoh pegiat sosial dan pegiat zakat nasional yang profesional serta berpengalaman yang Dimotori oleh Prasetyo

Widodo, Diah Rosma Puspitosari, Arip Imawan dan Asfahani Abdul Manan, Lembaga Amil Zakat Al-Ummah berubah nama menjadi Kotak Amal Indonesia dengan status lembaga Kemanusiaan Nasional (LKN) yang beralamat di Jl. Demak 1 No. 6 GKB Gresik.²⁸

Kotak Amal Indonesia memiliki kantor Cabang di 22 kota di Indonesia, antara lain: Gresik, Sidoarjo, Lamongan, Kediri, Blitar, Depok, Bojonegoro, Tuban, Nganjuk, Mojokerto, Trenggalek, Magetan, Ngawi, Lumajang, Tulungagung, Banyuwangi, Banjarmasin, Banjarbaru, Pasuruan, Wonogiri, Pacitan dan DI Yogyakarta. Adapun kantor pusat Kotak Amal Indonesia berada di kota Surabaya, Jawa Timur.²⁹

2. Profil Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri

Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri beralamat di Perum Doko Indah Blok B-21 Ngasem-Kediri. Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri berdiri pada tahun 2014 yang sampai saat ini dipimpin Abdurrahman. Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini sangatlah nyaman dan sederhana. Untuk jam kerja dimulai pukul 08.00-16.00, pada jam tersebut para staf karyawan melakukan aktifitas masing-masing sesuai dengan bidangnya.³⁰

²⁸ Lembaga Kemanusiaan Nasional Kotak Amal Indonesia, “Sekilas tentang Sejarah Kotak Amal Indonesia”. *Republika on line*, <http://www.kotakamalindonesia.com/tentang-kami/>, diakses pada tanggal 10 Januari 2020.

²⁹ Lembaga Kemanusiaan Nasional Kotak Amal Indonesia, “Kantor Kotak Amal Indonesia”. *Republika on line*, <http://www.kotakamalindonesia.com/kantor-kotakamal/>, diakses pada tanggal 11 Januari 2020.

³⁰ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 20 Januari 2020.

3. Identitas Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri

Nama Lembaga : Kotak Amal Indonesia

Alamat Kantor Pusat : Jl. Ahmad Yani No. 153 (Frontage Timur)
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

SK Menkumham : AHU-886.AH.01.04. Tahun 2011, ditetapkan di
Jakarta 25 februari 2011.

Akte Notaris : Rizki Kurniawan, SH.MKn.No. Akte 10 tanggal
22 November 2010.

SK. PN Gresik : No.22/BH/LL/2010

NPWP : 31.250.819.5-612.00

4. Visi dan Misi Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri

a. Visi :

Menjadi Lembaga Kemanusiaan yang Proaktif, Profesional dan Solutif.

Makna Visi :

1) Lembaga kemanusiaan adalah lembaga yang bergerak di bidang sosial dan terlindungi oleh Undang-Undang Negara Republik Indonesia.

2) Proaktif adalah lembaga yang mampu memotivasi lingkungannya baik internal maupun eksternal kepada : moral yang ditopang oleh keimanan, kepedulian sosial yang tidak terbatas dengan SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar golongan), masyarakat yang tumbuh dan mandiri, dilakukan dengan tindakan nyata.

3) Profesional adalah lembaga yang ditopang pada : kinerja yang profesional, teratur dan tuntas; keuangan yang transparan dan akuntable; pemahaman kerja yang menyeluruh dan saling berkorelasi.

4) Solutif adalah lembaga yang terlibat untuk menyelesaikan permasalahan kemandirian umat baik dalam bidang moral, pendidikan, ekonomi dan kesehatan.

b. Misi :

- 1) Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM).
- 2) Mewujudkan pelayanan prima kepada donatur, mustahiq dan masyarakat umum.
- 3) Mewujudkan sifat kedermawanan umat yang berkelanjutan.

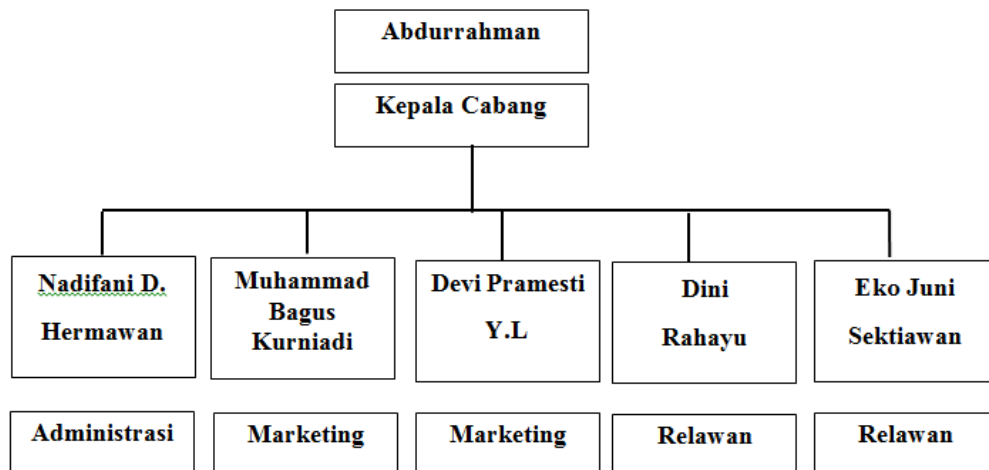
5. Struktur Organisasi Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri

Struktur organisasi merupakan suatu hal yang memiliki peranan penting dalam menentukan suksesnya program-program kegiatan pada suatu lembaga. Struktur organisasi sangat diperlukan agar semua hal yang berkaitan dengan lembaga dapat terarah, seperti dalam pembagian tugas yang harus seimbang dan objektif. Dalam pemeberian tugas harus sesuai dengan kedudukan dan kemampuan masing-masing orang.

Adapun yang dimaksud sebagai struktur organisasi pada penelitian ini adalah seluruh tenaga yang menjadi bagian dalam kepengurusan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, yaitu :

Gambar 3.1

Struktur Organisasi Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri



(Sumber : Kotak Amal Indonesia, 2019)

Setelah mengetahui struktur organisasi pada kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, berikut merupakan keterangan mengenai tugas dari masing-masing bagian, antara lain :

a. Kepala Cabang

- 1) Memimpin kantor cabang dan bertanggung jawab penuh terhadap tugas-tugas dan kegiatan operasional dalam perusahaan.
- 2) Memberikan instruksi-instruksi kepada bawahan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.
- 3) Menjalankan misi-misinya seperti mencapai tingkat laba yang optimal, mencapai tingkat pelayanan yang terbaik, mencapai tingkat efisiensi operasional di semua bidang dan mencapai pengembangan bisnis cabang yang menguntungkan.

b. Administrasi

- 1) Membuat perencanaan keuangan mulai dari perencanaan penerimaan, pengeluaran dan pembayaran.
- 2) Menyusun laporan keuangan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan.
- 3) Bertanggung jawab dan bertugas atas operasional perkantoran.

c. Marketing

- 1) Membuat strategi penawaran program.
- 2) Menjalankan target.
- 3) Memastikan kepuasan pelanggan.
- 4) Membangun jaringan kemitraan yang baik dengan donatur.

d. Relawan

- 1) Membantu mensosialisasikan program-program Kotak Amal Indonesia.
- 2) Sebagai fasilitator dalam suatu program.
- 3) Membangun jaringan kemitraan yang baik dengan donatur.³¹

6. Jenis-jenis Pelayanan dan Produk Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri

Adapun pelayanan yang terdapat di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri antara lain sebagai berikut :

³¹ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, kantor Kotak Amal Indonesia Caabang Kediri, 20 Januari 2022.

- a. Layanan Jemput Donasi Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri memberikan pelayanan kepada donatur untuk menjemput donasi. Hal tersebut untuk memenuhi kebutuhan donasi yang berlangganan untuk memberikan donasi secara langsung di Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.
- b. Kalkulator Zakat Kotak Amal Indonesia cabang Kediri memberikan pelayanan kepada donatur berupa perhitungan zakat bagi donatur yang kesulitan untuk menentukan jumlah donasi yang akan dibayarkan.
- c. Konsultasi Zakat Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri memberikan pelayanan kepada donatur berupa konsultasi bagi donatur yang ingin menentukan zakat apa yang akan dibayarkan.
- d. Kajian Donatur Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri memberikan pelayanan berupa kajian yang dapat diikuti oleh muzakki (donatur), mustahiq (yang berhak menerima zakat) dan petugas amil.
- e. Motivasi Donatur Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri memberikan pelayanan berupa motivasi kepada donatur agar tetap *istiqomah* dalam menjalankan amalnya.³²

Adapun beberapa produk program pengelolaan dana zakat, infaq dan sedekah di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri yaitu :³³

³² Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 20 Januari 2022.

- 1) Amal Dakwah, merupakan pilar penting, karena bertujuan untuk membentuk keimanan ummat yang tinggi, benar dalam beribadah serta berakhlak.
- 2) Amal Cerdas, merupakan konsep filantropi yang bertujuan meningkatkan wawasan dan pengetahuan umat sehingga mereka mampu bertahan hidup, mampu menyelesaikan masalah, dan dapat bermanfaat bagi orang lain.
- 3) Amal Mandiri, merupakan program yang didesain bagi yatim dhuafa untuk mengembangkan kemandirian mereka secara ekonomi.
- 4) Amal Kemanusiaan, merupakan program yang bertujuan meningkatkan kesehatan dan kekuatan masyarakat sehingga mereka dapat berperan aktif mewujudkan pribadi yang sholih secara individu dan sholih secara sosial.

B. Paparan Data

Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri merupakan salah satu cabang Kotak Amal Indonesia yang kini terus berkembang dengan menggunakan strategi fundraising dalam upaya meningkatkan perolehan donasi penghimpunan di setiap tahunnya. Meskipun Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri di Kediri terdapat dua kantor cabang yaitu di Kota dan Kabupaten, namun perkembangan yang begitu pesat terkait dengan meningkatnya perolehan donasi penghimpunan selalu dialami oleh Kotak Amal Indonesia Cabang

³³ Lembaga Kemanusiaan Nasional Kotak Amal Indonesia, "Program Kotak Amal Indonesia". *Republika on line*, <http://www.kotakamalindonesia.com/program-kotakamal/>, diakses pada tanggal 11 Januari 2022.

Kediri yang berstatuskan Kabupaten tersebut. Hal ini karena adanya strategi-strategi fundraising yang unik serta menarik yang diterapkan dalam lembaga tersebut. Dengan demikian, peneliti akan membuka sesi wawancara kepada pihak lembaga terkait dengan strateg-strategi yang digunakan, seperti halnya strategi fundraising dalam upaya meningkatkan perolehan donasi penghimpunan.

1. Latar Belakang Perkembangan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri Dalam Upaya Meningkatnya Perolehan Donasi Penghimpunan

Perkembangan yang kini dialami oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri terkait meningkatnya perolehan donasi penghimpunan tentunya memiliki suatu latar belakang atau faktor-faktor yang melatarbelakangi hal tersebut. Peneliti mengajukan pertanyaan mengenai hal-hal yang melatarbelakangi perkembangan tersebut dari awal berdirinya lembaga sampai dengan saat ini. Pertanyaan pertama akan diajukan kepada Abdurrahman selaku pimpinan Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Beliau menjelaskan :

Jadi gini mas, lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri itu kan berdiri pada tahun 2014. Dari tahun 2014 sampai sekarang ini, sudah ada 3 pimpinan cabang yang tentunya berbeda-beda. Masing-masing periode juga mengalami peningkatan dalam perolehan donasinya, namun tidak semeningkat dan seberkembang sekarang. Karena memang, pimpinan cabang terdahulu tidak 100% berkonsentrasi pada lembaga, mereka juga merangkap profesi sebagai PNS. Jadi, mereka mengelola lembaga itu hanya dengan alur yang ditentukan dari lembaga pusat saja, tanpa adanya usaha tambahan atau kreatifitas tersendiri dalam memperbanyak perolehan donasi.³⁴

³⁴ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020.

Peneliti juga menanyakan secara langsung mengenai hal ini kepada salah satu pimpinan cabang terdahulu terkait pengelolaan dan kepemimpinannya. Bambang Subianto, merupakan salah satu pimpinan cabang terdahulu sebelum Abdurrahman. Beliau menjelaskan :

Dulu saya kerja di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri sebagai pimpinan cabang mas, namun dalam periode saya jauh berbeda dari periode yang dipegang oleh Bapak Rahman saat ini. Kebetulan saya juga memiliki profesi sebagai PNS, jadi ya nggak bisa sepenuhnya berkonsentrasi dalam memimpin Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini. Dan akhirnya, saya hanya menjalankan apa yang diutus dari pusat, tanpa adanya inovasi-inovasi serta kreatifitas. Jadi ya ala kadarnya.³⁵

Setelah mendapat penjelasan dari Bambang Subianto, peneliti melanjutkan pertanyaannya untuk lebih mengulas kembali secara rinci terkait faktor-faktor atau latar belakang perkembangan terkait peningkatan perolehan donasi penghimpunan yang kini terus meningkat, bahkan sampai dengan kepemimpinan pada saat ini, yaitu periode Abdurrahman, Abdurrahman menambahkan :

Saya mulai bekerja di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri sebagai pemimpin cabang pada tahun 2017. Dan saat ini saya juga nggak ada profesi lain selain menjadi pimpinan cabang disini. Mungkin juga sebagai motivator. Namun, sebagai motivator kan tidak sesibuk jadi PNS. Jadi, saya saat ini memang benar-benar konsentrasi pada profesi saya sebagai pimpinan cabang di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini. Saya juga berusaha untuk menjadi pimpinan cabang yang kreatif mungkin dalam mengelola lembaga, seperti halnya dalam meningkatkan perolehan donasi. Hal ini saya lakukan agar lembaga lebih bisa berkembang dan tidak hanya mengikuti alur dari lembaga pusat saja. Dan alhamdulillah, semuanya juga membuahkan hasil mas, peningkatan donasi yang diperoleh kini terus meningkat dengan pusat Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini.³⁶

³⁵ Bambang Subianto, Kepala Cabang Terdahulu Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 04 Februari 2022.

³⁶ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020.

Dari berbagai pemaparan di atas peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwa faktor perkembangan atau hal-hal yang melatarbelakangi perkembangan terkait peningkatan perolehan donasi penghimpunan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dari awal berdirinya lembaga sampai saat ini yaitu karena adanya faktor kepemimpinan dan kreatifitasan pimpinan cabang itu sendiri. Pimpinan cabang terdahulu kurang konstansi dalam mengelola Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dikarenakan adanya profesi ganda. Selain itu, cara mengelolanya hanya sekedar mengelola saja, tidak hanya inovasi-inovasi lainnya dalam upaya meningkatkan donasi penghimpunan.

Sedangkan perkembangan yang meningkat dengan pesat pada saat ini, dikarenakan adanya pimpinan cabang yang benar-benar berkonsentrasi dalam profesinya, yaitu menjadi pimpinan cabang di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dengan berbagai inovasi dan kreatifitas yang diterapkannya, terutama dalam meningkatkan perolehan donasi penghimpunan.

2. Penghargaan-Penghargaan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri

Setelah mengetahui mengenai latar belakang perkembangan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri terkait peningkatan perolehan donasi di atas, peneliti beranggapan bahwa benkonsentrasi dalam menjalankan suatu profesi memanglah sangat penting, apalagi sebagai pimpinan. Kotak Amal

Indonesia Cabang Kediri kini terus mengalami perkembangan itu, dan tidak diragukan lagi, pimpinan cabang yang mengelola pada saat ini memang benar-benar berkonstrasi dalam profesinya. Dari hal tersebut, peneliti juga menanyakan suatu pembuktian yang berupa sebuah penghargaan bagi kepemimpinan dan juga bagi lembaga itu sendiri terhadap perkembangan yang kini terus meningkat dalam Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tersebut. Abdurrahman memaparkan :

Alhamdulillah mas, dari hasil kerja keras kami yang dengan penuh konsentrasi untuk mengembangkan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini, kami sudah ada pembuktian yang berupa penghargaan. Dan penghargaan itu memang mulai diraih pada tahun 2017. Penghargaan tersebut untuk pimpinan cabang dan juga lembaganya. Pada tanggal 16 Juli 2017, pimpinan cabang mendapat penghargaan sebagai Fundraiser Terbaik 1, dan untuk lembaga, itu mendapat penghargaan sebagai lembaga yang dapat mencapai target perolehan donasi penghimpunan dari pusat dengan tepat waktu, yaitu Terbaik 2. Selanjutnya, pada tanggal 12 Desember 2017, pimpinan cabang juga mendapat penghargaan sebagai Kepala Cabang Telaadan.³⁷

Abdurrahman menambahkan :

Setiap tahun, target yang ditentukan oleh pusat naik mas, jadi ya susah-susah gampang gitu maskalau mau mencapai target. Ya tapi semua kan tergantung sama niat dan tekad kita kan mas, kalau yakin tercapai, pasti bisa tercapai. Dan dapat penghargaan lagi, tahun 2018 bisa mencapai target juga. Semoga bias istiqomah, Amin³⁸

Dari pernyataan tersebut, telah terbukti bahwa dengan adanya kegigihan seorang pemimpin serta inovasi – inovasi yang dibangun, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri semakin berkembang dengan sangat bagus, yang utama dalam hal meningkatkan donasi dana. Dengan tercapainya target

³⁷ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 03 Februari 2019.

³⁸ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 03 Februari 2019

serta mendapatkan penghargaan, hal ini telah menunjukkan bahwa sanya Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri setiap tahun mengalami peningkatan penghimpunana donasi.

3. Konsep Strategi Fundraising Kotak Amal Kediri Cabang Kediri

Dari tercapaiannya berbagai penghargaan yang diperoleh, dalam hal ini telah membuktikan bahwa perkembangan yang dilakukan ini Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini meningkat sangat pesat, yang utama dalam penghimpunana dana. Perkembangan an di peroleh bukan semata mudah tetapi melainkan dengan penuh konsep starategi fundraising. Peneliti mengajukan pertanyaan tentang konsep fundraising yang ada di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tersebut, Abdurrahman menjelaskan :

Peningkatan yang terjadi terkait perolehan donasi penghimpunan tersebut memang adanya sebuah konsep strategi dari kami mas, seperti halnya konsep dalam strategi fundraising. Salah satu tujuan kami dalam membuat trategi fundraising yaitu untuk memenangkan sebuah pikiran (*mind-share*), hati (*heart-share*) dan uang amal (*market-share*) para donator maupun para calon donator. Tidak hanya harus meraih angka penjual (*market-share*) saja, namun juga memenangkan *mind-share* (diingat,populer) dan *heart-sahre* (disukai). Karena, ketiga tujuan tersebut akan dapat menjamin keberlangsungan fundraising bagi Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Meraih *market-share* hanyalah tujuan jangka pendek yang perlu di tunjang dengan *mind-share* yang tinggi sebagai tujuan jangka panjang.³⁹

Peneliti melanjutkan dengan pertanyaan untuk lebih mengulas tentang konsep-konsep strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Abdurrahman menjelaskan di atas. Abdurrahman menjelaskan :

³⁹ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 03 Februari 2019

Mind-share (diingat, populer), *heart-share* (disukai) dan *market-share* (angka penjualan) merupakan sebuah konsep yang terdapat di dalam strategi fundraising mas, ketiga konsep tersebut kami jadikan sebagai konsep dasar dalam penerapan strategi fundraising di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Selain itu, strategi pemasaran yang kami terapkan dan kreatifitas dari kami. Sehingga, strategi fundraising yang kami terapkan terkesan khas, unik dan menarik.

Abdurrahman menjelaskan secara rinci terkait konsep-konsep strategi fundraising yang di terapkan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Beliau juga menambahkan :

Sekarang ini, persaingan diantara lembaga-lembaga zakat, infaq dan sedekah sudah begitu gencar, terutama dalam hal meningkatkan perolehan pengumpulan donasi. Dengan adanya konsep *mind-share*, *heart-share* dan *market-share* dalam strategi fundraising yang kami rancang, hal ini dapat memudahkan kami dalam mencapai tujuan, yakni meningkatkan perolehan pengumpulan donasi. Konsep strategi fundraising yang pertama adalah dalam hal program/produk mas. Inovasi kami, program yang awalnya dari pusat, kami kembangkan sehingga menjadikan sebagai program lokal, yang mana program lokal tersebut kami jadikan program khas, unik serta menarik di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. dengan program lokal yang khas, unik serta menarik tersebut, para donator serta calon donator akan tertarik dan ikut berpartisipasi dengan berdonasi di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. dengan ini, perolehan donasi pengumpulan juga akan terus meningkat mas.⁴⁰

Dari penjelasan di atas tersebut menunjukan konsep fundraising strategi Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri yang di rancang selalu dengan adanya konsep dasar *mind-share*, *heart-share* dan *market-share*. Selain itu, berbagai inovasi selalu di tuangkan dalam rancangan strategi Kotak Amal

⁴⁰ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

Indonesia Cabang Kediri dan terkenal unik, menarik dan khas seperti yang telah disampaikan.

Progam/ produk yang ada dari pusat di kembangkan lagi oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri menjadi prodak lokal, kemudian peneliti bertanya tentang progam lokal yang sudah dikembangkan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tersebut. Abdurrahman menerangkan :

Dari pusat, terdapat 4 progam, mas Amal Dakwah, Amal Cerdas, Amal Mandiri, Amal kemanusiaan. Dari 4 progam tersebut, kami merancang progam lokal dari masing-masing progam pusat tersebut. Saya akan menjelaskan dari yang pertama ya mas, program Pusat Amal Dakwah, kami merupakan pilar penting karena bertujuan membentuk keimanan umat yang tinggi, benar dalam hal beribadah serta berakhlak. Di dalam progam Amal Dakwah, kami merancang progam yang unik dan menarik, seperti halnya progam lokal pesantren, merupakan suatu kajian remaja, kajian tersebut berisikan tentang pesan-pesan kekinian (tren masa kini). Tentu pesan-pesan dalam syariah islam. Dalam hal ini, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri bekerja sama dengan IKADI (Ikatan Da'I Indonesia)⁴¹

Setelah menerangkan tentang progam lokal dari Amal Dakwa, peneliti melanjutkan pertanyakana mengenai progam lokal yang di rancang oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dari adanya progam pusat, yakni Amal Cerdas. Abdurrahman menjelaskan :

Selanjutnya Amal Cerdas ya mas, Amal Cerdas merupakan konsep filantropi yang bertujuan meningkatkan wawasan dan pengetahuan umat sehingga mereka mampu bertahan hidup, mampu menyelesaikan masalah dan dapat bermanfaat bagi oranglain. Dalam progam Amal Cerdas, Kotak Amal Indonesia Cabng Kediri merancang progam lokal yang tidak kalah

⁴¹ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

menarik dari Amal Dakwah. Progam Amal Cerdas yang di rancang oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri antara lain progam Jejak Si Kamal (Jejak Sahabat Inspirasi Kotak Amal), progam ini merupakan progam unggulan kami mas, progam ini sudah menjadi progam yang menasional, diadakan tiga kali dalam satu tahun. Progam ini merupakan progam yang mana dilaksanakan di sebuah desa terpelosok atau terpencil guna memberikan semangat dan inspirasi untuk desa terpencil tersebut guna untum memberikan semngat dan inspirasi untuk masa depan anak negeri khusus anak yatim dan dhuafa di daerah plosok terpencil.⁴²

Abdurrahman menambahkan :

Didalam progam Amal Cerdas, kami tidak hanya merancang progam lokal Jejak Si Kamal saja mas, karena menurut kami pendidikan merupakan suatu hal yang sangat penting, terutama bagi anak-anak bangsa Indonesia. Progam lokal Amal Cerdas selanjutnya adalah Beasiswa Ranger Muda. Progam ini merupakan yang dilaksanakan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri untuk para pemuda- pemuda dhuafa tersebut khususnya tingakat SMA sederajat. Pemuda-pemuda Dhuafa tersebut bias mendapatkan ilmu secara gratis dengan materi : Pembinaan Karakter Building. Belajar Public Speaking and Skil Presentation dan Workshop “Mengukir Slide dengan Cinta”. Progam-program tersebut merupakan progam lokal yang kami rancang dengan kekreatifitasi serta Inovasi kami mas.⁴³

⁴² Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

⁴³ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

Dari beberapa program di atas, penelitian beranggapan bahwa program lokal yang dikembangkan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dari adanya di kendalikan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dari program pusat Amal Cerdas sangatlah menarik. Untuk pendidikan para sahabat pembelajar yaitu yatim dan dhuafa, selanjutnya peneliti bertanya mengenai program lokal yang Amal Mandiri Abdurrahman pun menambahkan :

Selanjutnya program Amal Mandiri, Amal MAndiri merupakan program yang didesain bagi yatim dhuafa untuk mengembangkan kemandirian mereka secara ekonomi. Di dalam program tersebut, kami merancang juga sebuah program, seperti halnya Modal Usaha bagi para Fakir Miskin dan dhuafa yang ingin memulai usahanya. Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri akan memberikannya.⁴⁴

Setelah menjelaskan kemudian peneliti bertanya program lokal yang dikembangkan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam naungan program pusat Amal Kemanusiaan.

Abdurrahman menerangkan :

Amal Kemanusiaan, merupakan program yang bertujuan meningkatkan kesehatan dan kekuatan masyarakat sehingga mereka dapat berperan aktif mewujudkan prihal yang sholeh dan sholihah. Dalam program ini, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri merancang program lokal yang berupa program SIGAP (Siaga Tanggap Bencana), terdapat tim SIGAP yang siap membantu warga apabila ada suatu bencana. Program tersebut juga merupakan program unggulan kami mas, banyak para donator yang ikut berpartisipasi dalam program tersebut, seperti menjadi tim sigap.⁴⁵

Abdurrahman menambahkan :

Selain itu program-program di atas , ada yang mana program tersebut program sifatnya momentum, ketika momen itu adalah momen yang

⁴⁴ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

⁴⁵ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

menarik, kami tidak pernah absen mengadakan program-program dalam momen yang menarik tersebut, seperti halnya momen pada bulan ramadhan. Di bulan ramadhan, kami merencanakan program-program yang semenarik mungkin, seperti Buka bersama dengan anak yatim, bagi takjil, bingkisan (parsel) untuk Guru Al-Qu'an, dll. Dan survei telah membuktikan bahwa pengumpulan donasi di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri pada bulan ramadhan memang begitu membludak. Oleh karena itu, kami tidak pernah absen dalam memanfaatkan momen pada bulan ramadhan.⁴⁶

Dari berbagai penjelasan di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dengan inovasi-inovasi yang sudah diterapkan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam hal perencanaan produk/produk lokal memang begitu sangat luar biasa, program tersebut dikembangkan bukan semata hanya untuk menarik minat donator namun juga sangat memenuhi apa yang diinginkan oleh para donator, ketika hal tersebut menarik para donator dan tertangkap di benak para donator, donator tersebut akan selalu berpartisipasi.

Hal ini adalah suatu konsep yang sangat bagus, menarik, unik dan khas, yang dilakukan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri untuk meningkatkan perolehan pengumpulan donasi.

Setelah adanya berbagai paparan tentang kejelasan konsep strategi fundraising dalam hal program/produk, peneliti juga menanyakan tentang konsep strategi fundraising lainnya yang menjadi faktor yang meningkatkan pengumpulan donasi yaitu di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri yaitu:

Abdurrahman menerangkan:

⁴⁶ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

Selain dari konsep strategi fundraising dalam hal program/produk, transparansi mengenai pelaporan juga merupakan suatu konsep strategi fundraising yang kami terapkan dalam upaya meningkatkan perolehan penghimpunan donasi mas. Kami selalu meng updatedan live saat kegiatan sedang berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan tersebut benar-benar *real*, tanpa adanya rekayasa apapun. Tujuan dari konsep yang kami rencanakan tersebut adalah agar para donator selalu menumbuhkan rasa kepercayaan serta loyalitas terhadap lembaga kami, terutama kepada para donator yang selalu berpartisipasi dalam menyalurkan donasi terbaiknya di setiap kegiatan yang kami lakukan. Dengan tumbuhnya kepercayaan dan loyalitas tersebut, para donator akan merasayakin dengan lembaga kami, dan para donator tersebut tidak akan merasas ragu dalam menyalurkan donasi terbaiknya. Dengan ini, perolehan penghimpunan donasi di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri akan terus meningkat.⁴⁷

Setelah di jelaskan oleh pemimpin Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri mengenai konsep strategi fundraising dalam hal tranparansi pelaporan, peneliti juga mewawancarai salah satu relawan yang mana relawan tersebut selalu mengikuti semua kegiatan- demi kegiatan di Kotak Amal Indoneasia Cabang Kediri, yang bernama Eko Juni Sektiawan, merupakan seorang relawan yang selalu bersinergi dalam mengikuti kegiatan-kegiatan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Beluai menerangkan:

Saya di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri adalah relawan, yang mengikuti berbagai kegiatan yang ada di lembaga ini, dalam hal pelaporan, kami memang menerapkan konsep strategi dengan cara menstranparasikan pelaporannya mas. Dengan kami *live, update* dalam setiap kegiatan tersebut, tidak hanya kami, namun para donator dan para calon donator pun juga akan ikut menyaksikan kegiatan tersebut, bahwasannya kegiatan tersebut dilakukan dengan benar-benar *real* dan *jelas*, tanpa adanya manipulasi apapun. Transparansi tersebut diterapkan agar kepercayaan serta loyalitas dari para donator tetep

⁴⁷ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

terjaga untuk lembaga kami mas. Termasuk dalam hal menyalurkan donasi tersebut.⁴⁸

Dari beberapa pernyataan tersebut dapat di tarik kesimpulan bahwa konsep strategi fundraising yang di tarapkan dalam Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tidak hanya dalam hal peraencanaan progam/produk saja, manum juga terdapat konsep strategi fundraising yang berupa transparansi pelaporan. Transparansi pelaporan yang di terapkan oleh Kotak Amal Inonesia Cabang Kediri memiliki tujuan agar para donator yakin dan puas terhadap kegiatan apapun yang lembaga lakukan atau kegiatan apapun. Selain itu, transparansi pelaporan krgiatan yang dilakukan tersebut juga dapat menumbuhkan kepercayaan serta loyalitas para donator semakin kuat. Dengan para donator tersebut tidak akan merasa ragu menyalurkan bantuan donasinya. Dan dengan kepercayaan dari para donator yang loyal Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri akan secara otomatis meningkatkan penghimpunan donsinya. Adapun peneliti juga bertanya mengenai tentang penerapan konsep strategi fundraising dalam meningkatkan penghimpunan donasi yang Abdurrahman menjelaskan :

Dalam penerapan stategi fundraising, kami tidak melangkah lebih jauh tanpa adanya konsep pemasran yang berupa promosi mas. Konsep tersebut juga kami rancang dengan semenarik mungkin, hal ini memiliki tujuan yang sama, yakni agar Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri selalu menjadi tempat penyaluran donasi para donator kami.

⁴⁸ Eko Juni Setiawan, Relawan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

Disini kami merancang konsep fundraising dalam hal ini promosi mas. Salah satu adalah pembuatn pamflet-pamflet kegiatan. Dalam pembuatan pamflet kami desain dengan sebgasus mungkin seperti pesan-pesan yang berakhlakul kharimah agar para donator dapat tertarik, pamflet itu pun kami publikasikan lewat media social seperti facebook, whatsapp, instagram dan lain sebagainya.⁴⁹

Abdurrahman menambahkan:

Selain dalam pembuatan pamflet, *action* marketing juga sangat berperan dalam konsep strategi fundraising terkait promosi tersebut. Aksi dari para marketing tidak hanya dilakukan dengan begitu saja mas, kami juga merancang sebuah trik atau jurus untuk para marketing guna memudahkan marketing tersebut menjalankan tugasnya. Terdapat 6 jurus yang telah kami rancang, jurus tersebut adalah ASNALI (*Attection, Smile, Nama, Appreccion, Listening, Interest*). Jurus ASNALI merupakan sebuah trik para marketing yang dapat digunakan untuk menarik simpatik para donator dan para calon donator baru. Rasa simpatik tersebut yakni berupa sebuah pikiran (*mind-shar*) hati (*heart-share*) serta uang amal (*market-share*) para donator maupun para donator baru.⁵⁰

Dari penjelasan Abdurrahman terkait konsep strategi promosi di atas, terdapat suatu hal yang menarik mengenai trik yang digunakan para marketingnya dalam promosi atau menawarkan produk/prodaknya yaitu ASNALI (*attection, smile, nama, listening, interent*). Dalam hal ini peneliti juga bertanya mengenai kejelasan trik atau jurus ASNALI.

Abdurrahman menerangkan:

Saya akan menjelaskan satu persatu dari 6 jurus tersebut ya mas. Berawal dari A, singkatan dari *Attection* yang memiliki arti perhatian, siapasih mas yang tidak mau diperhatikan? Semua orang kalau

⁴⁹ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

⁵⁰ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

diperhatiakn juga senang kan ya. Nah, memberikan perhatian kepada para donator maupun donator baru merupakan suatu trik para marketing yang membuat para donator tersebut merasa simpatik. Dengan begitu dengan banyak perhatian yang diberikan oleh marketing kepada donator akan merasa senang dan nyaman atas pelayanan yang berupa perhatian dari para donator juga akan memudahkan tugas serta tujuan dari para marketing tersebut, yakni dengan menyalurkan donasi terbaiknya di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini.⁵¹

Abdurrahman melanjutkan:

Selanjutnya Huruf S ya mas, Singkatan dari kata *smile*, yang mana artinya adalah senyum, jurus marketing selanjutnya adalah memberikan senyum atau memberikan wajah yang tersenyum kepada para donator. Hal ini wajib dilakukan oleh para marketing. Karena, dengan memberikan senyuman kepada para donator saat bertugas, para donator tersebut secara otomatis akan membalas senyum dari para marketing dan tentunya para donator tersebut juga akan merasa senang. Dengan saling memberikan ekspresi wajah yang *sumringah*, hal ini juga menjadikan suasana menjadi lebih tenang dan nyaman. Hal ini juga dapat memperlancarkan tugas dari para marketing tersebut. Ketika kita dari awal sudah memulai tugas kita dengan hal-hal yang baik mas, seperti halnya memberikan sebuah senyuman tersebut, insyaallah, selanjutnya kita pasti akan mendapatkan hasil yang baik juga mas.⁵²

Baru menjelaskan 2 dari 6 tentang ASNALI, kemudian Abdurrahman melanjutkan menjelaskannya.

Selanjutnya huruf N, *Name* (nama). Merupakan suatu jurus marketing yang juga di tunjukan kepada para donator juga di tunjukan kepada para donator. Memanggil nama dari seorang donator, akan menjadikan donator lebih perhatian kepada para marketing. Dalam artian, ketika salah seorang dari marketing memanggil nama seorang donator dengan sebut nama aslinya (bukan He, Hoe, Hey, dll), pasti secara otomatis donator tersebut akan merasa bahwa nama yang disebut oleh marketing memang di tunjukan khusus kepada donator tersebut mas. Hal ini dapat membuat donator tersebut bersimpatik kepada orang yang memanggil namanya tadi (si marketing). Ibaratnya ya mas, kita itu men-spesialkan

⁵¹ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

⁵² Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

para donator itu mas, dengan cara menyebut nama dari donator tersebut.⁵³

Abdurrahman melanjutkan mengenai trik berikutnya ASNALI berikutnya:

Penjelasan mengenai huruf berikutnya adalah huruf A (*Apperection*). Di jurus ASNALI berikutnya terdapat huruf A lagi ya mas, kali ini yang akan kita bahas *Apperection*, yaitu yang mempunyai arti Apresiasi. Tugas marketing kali ini adalah memberikan apresiasi kepada para donator. Apresiasi tersebut berupa ucapan terimakasih, pujian atau ucapan apresiasi lainnya, apresiasi yang berupa ucapan terimakasih dan pujian yang indah harus dilakukan oleh si marketing. Hal ini dapat membuat para donator merasa lebih dihargai. Dan akhirnya, para donator tersebut tidak akan pernah merasa bosan dalam menyalurkan donasi terbaiknya di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini mas.⁵⁴

Abdurrahman pun melanjutkan penjelasannya mengenai ASNALI :

Penjelasan selanjutnya mengenai huruf L (*listen*) yang artinya mendengarkan. Dalam hal ini para marketing harus menjadai pendengar yang baik bagi para donator. Mendengar curhatan para donator, memberikan saran yang terbaik pula. Dengan ini, donator akan semakin dekat dan nyaman kepada para marketing tersebut. Ketika donator tersebut sudah mulai nyaman dan mengerti apa maksud dan tujuan para marketing dating menemui donator tersebut.⁵⁵

Dan untuk yang ke 6 ASNALI Abdurrahman menjelaskan :

ASNALI yang ke 6 I (*interest*), yang artinya ketertarikan. Dalam hal ini, marketing seolah-olah bersikap tertarik kepada para donator dalam hal ini ketertarikan yang dilakukan meliputi hobi, fasion, kuliner dll, missal dalam hal ini donator menceritakan suatu hal yang para marketing tidak suakai. Namun para marketing ini harus bias menghargai hal tersebut, dengan cara marketing seolah-olah menyukai hal tersebut dan tertarik dengan apa yang di ceritakan oleh donator tersebut. Dengan ini, para donator akan merasa lebih terbuka, nyaman dan lebih dekat kepada marketing kami. Sehingga para donator akan

⁵³ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

⁵⁴ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

⁵⁵ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

merasa percaya kepada marketing kami sehingga akan memberikan donasi terbaiknya.⁵⁶

Penjelasan yang disampaikan oleh Abdurrahman telah disampaikan dengan jelas secara merinci sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa trik atau jurus ASNALI yang dilakukan di lembaga Kotak Amal Cabang Kediri tersebut sangat menarik dan khas. Jurus atau trik ASNALI tersebut merupakan suatu konsep strategi promosi untuk pengumpulan dana *Action marketing*, guna untuk memudahkan para marketing untuk menjalankan tugasnya. Ketika dalam pengumpulan dana yang dilakukan marketing ini mudah maka akan mempengaruhi pengumpulan dana jumlah perolehannya, oleh karena itu peningkatan pengumpulan dana di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri akan meningkat.

Setelah adanya penjelasan mengenai konsep strategi fundraising terkait promosi, peneliti kembali bertanya tentang konsep strategi fundraising lainnya yang diterapkan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam meningkatkan perolehan donasi.

Abdurrahman menjelaskan:

Terdapat konsep strategi fundraising yang sangat mempengaruhi meningkatkan perolehan donasi pengumpulan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri selain yang saya jelaskan di atas mas. Konsep tersebut adalah aksi Relawan Ramadhan. Ada kurang lebih 100 relawan yang beraksi khususnya di bulan ramadhan mas. 100 Relawan tersebut merupakan buah hasil dari kerja sama Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dengan IKADI (Ikatan da'i Indonesia) dan persatuan SALIMAH Muslimah. Pada saat bulan ramadhan penuh, para relawan tersebut bergotong royong mencari donasi dengan target minimal Rp.

⁵⁶ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

2.500.000,- perorang. Begitu berpengaruh kan mas? Itu pun hanya kalkulasi di bulan ramadhan, belum yang di bulan-bulan lain.⁵⁷

Abdurrahman menambahkan :

Dan Alhamdulillah nya mas, semua relawan juga juga selalu bisa berhasil dan meraih pencapaian target tersebut. Hal ini juga dikarenakan adanya para donator yang kepercayaan dan loyalitas kuat terhadap Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini. Kami punya kurang lebih 300 donatur tetap, dan kurang lebih 500 donatur incidental dalam tahunnya. Tidak semua donator berdonasi dengan nilai yang sama ya mas. Kalau donatur insidental kan ya tergantung *mood* dari donatur itu sendiri, nggak harus setiap pbulan ramadhan.⁵⁸

Dari penjelasan yang di sampaikan di atas, peneliti dapat disimpulkan bahwa, dengan adanya konsep kerja sama antara IKADI (Ikatan Da'I Indonesia) dan persaudaraan muslim (MUSLIMAH) dengan Lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri sangat membantu dalam meningkatkan peningkatan penghimpunan dana. Hal tersebut merupakan suatu bagian dari konsep strategi fundraising yang menjadi pilar meningkatkan perolehan donasi penghimpunan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

Konsep strategi fundraising dalam hal Aksi Relawan Ramadhan Di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri sudah di jelaskan dengan cukup gamblang dari pernyataan yang telah disampaikan. Semua konsep strategi fundraising yang ada di lembaga Kotak Amal Kediri sudah di jelaskan dengan sub-bab konsep trategi dalam meningkatkan perolehan donasi penghimpunan. Untuk selanjutnya peneliti akan bertanya tentang strategi

⁵⁷ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

⁵⁸ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

fundraising yang telah di rancang oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tersebut.

4. Pelaksanaan Strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang

Kediri Dalam Meningkatkan Perolehan Donasi Penghimpunan

Setelah mengetahui tentang konsep strategi fundraising di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, selanjutnya peneliti membuka sesi wawancara mengenai strategi fundraising yang di terapkan dalam upaya meningkatkan perolehan penghimpunan donasi. Terdapat beberapa konsep strategi pemasaran yang telah di rancang oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. dalam hal ini pihak lembaga akan menjelaskan satu persatu terkait pelaksanaan konsep strategi fundraising tersebut. Untuk penjelasannya dijelaskan oleh Abdurrahman selaku pemimpin Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

Abdurrahman menjelaskan :

Yang pertama, akan kami jelaskan suatu penerapan terkait konsep strategi fundraising dalam hal program/produk ya mas. Dari pusat terdapat 4 program yang terdiri dari Amal Dakwah, Amal Cerdas, Amal Mandiri dan Amal Kemanusiaan. Masing-masing dari program tersebut memiliki program lokal ya mas, seperti yang sudah dijelaskan di atas. Di sini saya akan menjelaskan suatu penerapan terkait program lokal akan menjelaskan suatu penerapan terkait program lokal yang merupakan yang merupakan perkembangan dari program pusat Amal Dakwah, Yakni Program lokal Pesantren, program pesantren merupakan suatu kajian remaja, kajian tersebut berisikan tentang pesan-pesan kekinian

(trend masa kini). Dan tentunya pesan-pesan tersebut merupakan suatu pesan yang terkandung dalam syariat Islam. Kajian tersebut dilaksanakan dua kali dalam satu bulan, pada setiap hari minggu, minggu pertama dan minggu keempat. Dalam kajian tersebut, kami juga selalu membuat tema yang berbeda-beda, dan tentunya tema tersebut kami buat dengan seunik dan semenarik mungkin mas. Dengan berbagai tema kajian yang unik dan menarik tersebut, hal ini tentunya juga akan menggugah para remaja untuk ikut berpartisipasi dalam kajian tersebut. Ketika peminat dari kajian tersebut dalam kajian tersebut semakin banyak, maka akan bertambah banyak pula penghimpunan donasi yang masuk si lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri juga sudah melakukan kerja sama dengan IKADI. Hal ini menunjukkan bahwa program tersebut memang menarik, kemenarikan tersebut akan menarik penghimpunan donasi yang ada.⁵⁹

Dari pernyataan yang di jelaskan terkait konsep strategi fundraising dalam hal program/produk. Salah satu dari penjelasan tersebut sudah terpapar, seperti halnya penjelasan mengenai penerapan program lokal pesantren. Dalam penjelasan tersebut, peneliti bmrmpunyai anggapan bahwa bahwa pelaksanaan program lokal yang beradaa dalam naungan program studi pusat Amal Dakwah tersebut dapat memberikan ilmu serta pengetahuan tentang syariah-syariah islam bagi para remaja. Tidak hanya para remaja saja, namun juga para donatur bahkan para calon donatur tersebut akan merasa senang serta selalu mengikuti, serta selalu mengikuti

⁵⁹ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

setiap progam-progam yang di adakan oleh lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

Tidak hanya mengikuti, secara otomatis donatur tersebut juga akan menyalurkan donasi ke lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. dari hal ini tersebut, perolehan akan selalu mengalami peningkatan dengan sendirinya. Dan tujuan dari pada lembaga Kotak Amala Indonesia Cabang Kediri dalam upaya meningkatkan perolehan donasi penghimpunan tersebut akan mudah untuk tercapai. Selanjutnya Abdurrahman menjelaskan tentang penerapan progam lokal yang menupakan perkembangan dari progam pusat Amal Cerdas, yakni penerapan progam lokal Jejak Si Kamal dan beasiswa Ranger Muda Abdurrahman menerangkan :

Selanjutnya penerapan progam Jejak Si Kamal (Jejak Sahabat Inspiratif Kotak Amal), progam ini merupakan progam unggulan ya mas, progam ini sudah menjadi progam yang menasional, diadakannya tiga kali dalam setahun, progam ini dilaksanakan di sebuahdesa plosok desa terpencil tersebut. Dalam pelaksanaanya, terdapat 5 kegiatan si dalam progam tersebut, yakni Mabit (Malam Bina Iman dan Taqwa), sholat Qiyamul lail, Fun Motivasi, kisah teladan dan Go Green. Mabit dilakukan saat malam hari. Fun Motivasi, memberikan inspirasi serta motivasi semangat untuk para sahabat pembelajar, belajar tentang seni dan kreatifitas, seperti halnya membuat kerajinan tangan dengan memanfaatkan bahan yang ada di sekitar sahabatnya. Terakir adalah Go Green, yakni belajar dalam menanam pohon, merawat alam sekitar dan lain sebagainya. Progam ini merupakan progam yang sangat berkesan mas, kegiatan yang ada di dalam progam tersebut begitu unik

dan menarik, sehingga, banyak peminat yang selalu ikut berpartisipasi dalam program tersebut. Partisipasi yang dilakukan yaitudengan menjadi relawan, menyalurkan dana bantuan donasinya, serta ikut mensukseskan jalannya program tersebut mas.⁶⁰

Penjelasan mengnai program Jejak Si Kamal sudah teruraikan.

Selanjutnya adalah penjelasan mengenai penerapan program lokal

Beasiswa Rangger Muda. Abdurrahman menambahkan penjelasannya :

Selanjutnya adalah penarapan dari program lokalBeasiswa Rangger Muda ya mas. Program ini merupakan program yang dilaksanakan dalam lembaga Kotak Amala Indonesia Cabang Kediri untuk para pemuda dhuafa yang khususnya di tingkat SMA sederajat. Dalam pelaksanaannya, pemuda dhuafa tersebut melakukan bimbingan belajar bersama secara gratis, materi yang di terapkan dalam bimbingan belajar tersebut adalah bimbingan character building serta workshop “Mengukir Slide Dengan Cinta”. Program ini dilaksanakan setiap satu minggu sekali, yakni hari sabtu. Tempatnya untuk melaksanakan pembelajaran kadang di kantor, kadang juga di luar kantor mas.⁶¹

Penjelasan daripenerapan program lokal yakni Jejak Si Kamal dan beasiswa Rangger Muda sudah terjabarkan dengan jelas oleh Abdurrahman selaku pimpinan Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Dari kedua program tersebut merupakan program yang bersinergi terhadap pendidikan anak-anak bangsa.

Dengan berbagai tambahan inovasi yang di rancang oleh lembaga, terbentuk kedua program tersebut. Memberikan pendidikan seorang anak memanglah sangat penting, oleh karenanya dalam hal pendidikan, banyak

⁶⁰ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

⁶¹ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

para donatur yang menyalurkan donasinya demi masa depan seorang anak tersebut.

Dari banyak perolehan donasi yang disalurkan oleh para donatur tersebut, hal ini juga dapat menjadai presentasi perolehan penghimpunan donasi di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri mengalami suatu peningkatan. Dan serta otomatis, upaya Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam meningkatkan perolehan donasi penghimpunan akan semakin berjalan dengan lancer.

Selanjutnya, penjelasan mengenai penerapan progam lokal yang merupakan perkembangan dari progam pusat Amal Mandiri.

Abdurrahman menerangkan :

Untuk penerapan progam lokalnya Amal Mandiri ini hanya berupa sebuah pemberian Modal Usaha ya mas, jadi pihak lembaga hanya memberikan sebuah modal bagi para fakir, miskin dan dhuafa yang ingin memulai usahanya. Modal usaha akan di berikan ketika ada pihak yang bersangkutan menginginkan hal tersebut. Kami juga melakukan surve terlebih dahulu sebelum memberikan modal serta kami tetap memantau usahanya. Menurut para donatur, progam ini merupakan progam yang mulia, dengan membantu para fakir miskin serta dhuafa dalam memperbaiki ekonominya. Alhamdulillah mas, para donatur juga banyak yang berpartisipasi dalam menyalurkan donasinya untuk progam ini.⁶²

⁶² Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

Penerapan program lokal Amal Mandiri sudah terpapar. Program tersebut merupakan suatu program yang mulia. Kemuliaan dari program tersebut juga membawa suatu keberkahan. Keberkahan tersebut berupa banyaknya donasi yang di salurkan oleh para donatur tersebut, upaya lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam meningkatkan perolehan Penghimpunan Donasi akan lebih mudah untuk tercapai.

Setelah penjabaran atau penjelasan mengenai program lokal Amal Mandiri, selanjutnya Adalah penjelasan mengenai penerapan program lokal Amal Kemanusiaan. Yakni lokal SIGAP (Siaga Tanggap Bencana). Abdurrahman selaku pimpinan cabang menerangkannya sebagai berikut:

Penerapan dalam program SIGAP (Siaga Tanggap Bencana) yakni dengan di bentuknya sebuah tim SIGAP. Tim tersebut merupakan tim yang siap membantu warga apabila ada suatu bencana. Seperti halnya TNI gitu mas, jadi harus siap sedia ketika tim tersebut mendapatkan suatu tugas, program tersebut merupakan program unggulan kami setelah Jejak Si Kamal mas. Banyak para donatur yang ikut berpartisipasi dalam program tersebut, seperti halnya menjadi tim SIGAP.⁶³

Dari penjelasan tersebut merupakan suatu penerapan program SIGAP, yang merupakan suatu perkembangan dari program pusat Amal Kemanusiaan. Program tersebut juga merupakan sebuah program yang menarik. Ketertarikan tersebut membuat para donatur ikut serta dalam menjadi tim Sigap. Dengan kegigihan dari para donatur yang ikut serta dalam menjadi tim Sigap tersebut juga serta akan menyalurkan donasi terbaiknya untuk mensukseskan program tersebut. Dengan hal ini perolehan

⁶³ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

donasi untuk penghimpunan dana di lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Surabaya terus mengalami peningkatan. Upaya peningkatan penghimpunan tersebut mudah tercapai.

Mengenai penjelasan tentang pemaparan dari program-program yang lokal dari naungan 4 program dari pusat sudah dijabarkan di atas oleh pemimpin cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. dapat dijelaskan dari pemaparan di atas bahwa dalam program lokal tersebut di kemas sangat lah menarik. Hal itu pula yang sangat menarik minat para donatur tersebut untuk menyalurkan dananya ke lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Tidak hanya merasa senang dalam mengikuti program-program nya, para donatur tersebut juga akan selalu merasa senang dalam menyalurkan donasinya. Dengan hal ini akan meningkatkan penghimpunan dana (*donasi*) akan meningkat, serta dalam hal kegiatannya akan mudah.

Setelah menjelaskan tentang konsep fundraising yang berupa produk/produk di atas, masih terdapat konsep strategi fundraising dalam hal ini program/produk yang di terapkan di lembaga tersebut bersifat momentum. Hal ini juga di terangkan oleh pemimpin cabang Abdurrahman sebagai berikut:

Penerapan program yang bersifat momentum bagi kami juga sangat penting mas. Apalagi seperti bulan ramadhan. Bagi kami, hal itu merupakan sebuah peluang untuk meningkatkan perolehan penghimpunan donasi. Di bulan ramadhan, kami menerapkan program

yang sangat semenarik mungkin, seperti buka bersama dengan Anak Yatim, Berbagi Takjil, Bingkisan Guru Al-Qur'an, dll. Dalam penerapannya, kami selalu memberikan Fun Motivasi di dalam masing-masing kegiatan tersebut. Hal ini akan membuat suasana semakin ramai dan seru. Dan di bulan ramadhan inilah kami banyak mendapatkan suatu keberkahan, seperti halnya dalam pikiran, berkah dalam perasaan dan berkah dalam donasi (*donasi*).⁶⁴

Dari pemaparan yang di jelaskan oleh pemimpin cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri menyatakan bahwa penerapan strategi fundraising dalam hal produk/progam yang bersifat momentum dapat menjadikan sebuah peluang bagi lembaga tersebut dalam meningkatkan perolehan penghimpunan donasi. Hal ini penerapan produk/ progam pada bulan ramadhan sangat membludak. Dengan tersebut penghimpunan donasi akan meningkat dengan seiring berjalanya kegiatan di bulan ramadhan.

Penjelasan terkait progam/produk sudah di jelaskan oleh selaku peminan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, untuk itu peneliti menanyakan perihal penerapan konsep strategi fundraising lainnya yang juga menjadi pendorong atau faktor peningkatan perolehan sumber dana tersebut. Abdurrahman menerangkan juga sebagai berikut:

Penerapan terkait transparansi pelaporan yang kita lakukan ya dengan selalu meng update dan live di saat kegiatan berlangsung ya mas. Kami menunjukan bahwa kegiatan yang kami lakukan tersebut benar-benar di lakukan *real*, tanpa adanya rekayasa apapun. Media yang kami gunakan adalah *drone*, HP (live instagram, live facebook, dan status whatsapp),

⁶⁴ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

camera, handycam, dan memberdayakan relawan (untuk ikut serta dalam merekam atau mengambil video), di kediatan yang sedang berlangsung. Dengan ini transparansi mengenai kegiatan selalu terupdate secara langsung tanpa adanya rekayasa.⁶⁵

Selaku pimpinan cabang sudah mneguraikan dengan cukup jelas mengenai trasparansi laporan kegiatan. Kegiatan yang trasparansi seperti yang sudah di jelaskan tersebut merupakan suatu konsep strategi fundraising. Untuk tujuan dari trasparansi kegiatan tersebut adalah untuk menumbuhkan rasa kepercayaan paran donatur agar mendapat kepercayaan dari lembaga tersebut. Dengan begitu lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri mengalami penigkatan dalam hal penghimpunan donasi.

Setelah mengetahui pamaparan tentang konsep strategi fundraising yang berupa transparansi laporan kegiatan, selanjutnya peneliti melanjutkan pertanyaannya tentang konsep strategi fundraising lainnya kepada Abdurrahman selaku pimpinan cabang, Abdurrahman menjelaskannya:

Selanjutnya mengenai penerapan konsep strategi dalam hal promosi mas. Terdapat beberapa strategi fundraising dalam penerannya yang pertama adalah pamflet-pamflet kegiatan. Pamflet tersebut kami desain dengan seindah mungkin. Seperti halnya dengan mencantumkan pesan-pesan yang berakhlakul kharimah. Dan seperti biasa, promosi yang berupa pamflet tersebut kami publikasikan lewat media social, seperti fecebook, whatsapp, intagram, dan lain sebagainya.⁶⁶

⁶⁵ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

⁶⁶ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

Diatas merupakan penjelasan mengenai konsep strategi fundraising dalam hal promosi yang melalui pamflet untuk di publikasikan dengan desain yang sangat menarik serta penuh dengan pesan-pesan yang sangat baik untuk meningkatkan minat para donatur agar memberikan donasi sebaik mungkin. Untuk strategi fundraising dalam promosi lainnya beliau juga menambahkan promosi yang berupa *Action market*:

Selanjutnya adalah penerapan konsep strategi fundraising dalam hal berupa *Action market*, Aksi dari para marketing kami tidak hanya dengan begitu saja ya mas, seperti yang sudah di jelaskan di atas tadi mas, bahwa terdapat jurus/trik yang disebut ASNALI yang dapat memudahkan atau lancarkan para marketing tersebut dalam menjalankan tugasnya. 6 jurus /trik ASNALI tersebut digunakan untuk menarik simpatik para donatur atau donatur baru. Rasa simpatik tersebut yakni berupa sebuah pikiran (*mind-share*), hati (*heart-share*), seta uang amal (*market-share*), dalam penerapannya yaitu *Door To Door*.

Dari penjelasan di yang sampaikan di atas peneliti ingin lebih tau lebih dalam mengenai jurus/trik ASNALI yang telah digunakan oleh para marketing di lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Muhammad Bagus Kusniadi, juga seorang marketing yang ada di lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri juga menjelaskan sebagai berikut:

Penerapan kosep strategi fundraising tersebut dalam hal promosi yang berupa *Action market* ini kami lakukan dengan cara *door to door*, ya mas, kan kami juga menerapkan 6 jurus/trik ASNALI itu jadi ya harus bertatapmuka langsung dengan orangnya (donatur). Seperti yang sudah dijelaskan oleh pimpinan kami Abdurrahman diatas ASNALI merupakan Singkatan dari (*Attention, Smile, Name, Appreciation*,

listening, Interst). Yang memiliki arti (*Perhatian, Senyum, Nama, Apresiasi, Mendengar, dan Tertarik*). 6 trik/jurus ASNALI tersebut memiliki arti yang sedemikian, Oleh karena itu dalam penerapannya kita harus Door To Door, dan Face to Face. Jurus/ trik ASNALI tersebut merupakan jurus/trik yang dilakukan marketing seperti kami mas, merayu-rayu untuk mendapatkan hatinya para donatur agar mau memberikan bantuan donasi terbaiknya di lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini mas, Untuk melakukan penghimpunan donasi dengan trik/jurus ASNALI susah-susah gampang mas, dari setiap individu memiliki character yang berbeda-beda jadi para marketing juga harus memahami inividu-individu tersebut. Ketika para marketing memperlakukan donatur dengan baik makan para donatur juga akan bersikap baik pula. Dan tujuan untuk menghimpun dana dari para donatur tersebut bisa berjalan dengan baik dan lancar juga mas.⁶⁷

Peneliti juga bertanya kepada Devi Pramesti, yang dimana juga merupakan seorang marketing di lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, beliau juga menjelaskan:

Sama seperti yang di sampaikan bapak Bagus mas, *Action* market dalam menerapkan trik/jurus ASNALI harus dengan Door To Door dan Face To Face, seperti kita itu mau memberikan perhatian yang lebih kepada donatur itu mas, agar donatur tersebut menyalurkan bantuan donasinya kita, jadi ya kita harus Face To Face, trik /jurus ASNALI merupakan suatu trik yang dapat mempermudah para marketing dalam hal menghimpun dana donasi mas. Adapun tujuan dari penerapan yakni agar lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri selalu menjadi tempat penyaluran penghimpunan donasi terfavorit bagi para donatur maupun para calon donatur baru.⁶⁸

Dari penjelasan yang disampaikan para marketing lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, dengan trik/jurus ASNALI tersebut dapat memudahkan para marketing tersebut untuk menjalankan tugasnya yaitu

⁶⁷ Muhammad Bagus Kurniadi, Marketing Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

⁶⁸ Devi Pramesti, Marketing Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

menghimpun donasi. Dan menerapkan konsep strategi fundraising dalam hal promosi yang berupa Action Market. dengan menjadi marketing yang baik, sopan, sabar dalam menghadapi donatur dalam menghimpun donasi, hal ini dapat membuahkan hasil yang setara dengan apa yang dilakukan oleh para marketing tersebut. Dengan ini perolehan penghimpunan donasi di lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri mengalami peningkatan terus menerus. Karena peningkatan tersebut dilakukan dengan cara fundraising yang unik dan dapat menarik banyak simpatik para donatur lama maupun donatur baru.

Selain itu peneliti juga menanyakan tentang penerapan konsep strategi fundraising dalam hal promosi yang Action Market selanjutnya peneliti menanyakan tentang penerapan konsep strategi fundraising lainnya yang diterapkan di lembaga tersebut, Abdurrahman :

Penerapan strategi fundraising yang selanjutnya adalah Aksi Relawan Ramadhan. Merupakan sebuah konsep strategi fundraising yang sangat mempengaruhi peningkatan perolehan penghimpunan donasi di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini mbak, juga merupakan konsep kerjasama dengan IKADI (Ikatan Da'i Indonesia) dan persaudaraan MUslimah (SALIMAH). Aksi tersebut dilakukan pada bulan Ramadhan saja. Setiap Relawan kami target dengan jumlah nominal Rp. 2.500.000;- untuk per orangnya mas, kurang lebih ada 100 relawan ramadhan kalau pun dikali kan berarti sudah mencapai Rp. 250.000.000;- kan mas kurang lebih. Hal ini yang sangat mempengaruhi terkait perolehan donasi di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ini mas.⁶⁹

⁶⁹ Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

Dari pemaparan tersebut tentang konsep strategi terkait Aksi Relawan Ramadhan sudah di jelaskan oleh pimpinan cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri sudah terjabarkan dengan jelas. Untuk peningkatan penghimpunan donasi tersebut salah satunya terdapat didalam bulan ramadhan yakni dengan Aksi Relawan Ramadhan. Sehingga, segala tujuan dari lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam meningkatkan penghimpunan donasi sangat mudah tercapai.

Semua pamaparan tentang konsep beserta penerapan strategi pemasarn dalam Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri sudah dijelaskan dengan jelas. Dari strategi fundraising yang dijelaskan serta penerapan strategi tersebut memanglah unik. Setelah mendengarkan beerbagai penjelasan di atas mengenai konsep dan penerapan strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, peneliti juga kan mengajukan pertanyaan kepada beberapa donatur terkait tanggapan donatur tersebut atas adanya strategi fundraising yang dilakukan oleh lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, yang mana donatur adalah inti dari peningkatan perolehan donasi penghimpunan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. berikut wawancara dengan Ibu Rowiyah Metik, beliau adalah salah satu Donatur Kotak Amal Indnesia Cabang Kediri. Beliau Menjelaskan sebagai berikut:

Menurut saya, startegi fundraising yang di terapkan olek lembag Kotak Amal Indonesia Cabng Kediri sangatlah beragam, dan menurut saya menarik mas, dari progam yang dirancang, transparansi dalam pelaporan, promosi yang berupa pamflet di media social juga sangt menarik. Apalagi dalam kerja samanya dengan Da'I Indonesia dan ibu ibu Muslimah, saya pun termasuk dalam persaudaraaan Muslimah mas, jadi saling membantu gitu mas. Bahkan dalam kerjasama ini sangat membantu para IKADI dan SALIMAH dalam memberikan donasi mas,

kan hal tersebut adalah berlomba-lomba dalam hal kebaikan mas. Jadi pada bersemangat berdonasi mas.⁷⁰

Terkait penjelasan yang disampaikan oleh donatur tersebut sudah teruraikan. Peneliti menganggap bahwa donatur tersebut dapat mengatikan konteks berdonasi dengan hal ini berlomba-lomba mencari kebaikan dengan cara berdonasi atau memberikan bantuan kepada lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. peneliti melanjutkan dengan donatur lainnya mengenai startegi fundraising yang ada dan di terapkan dari lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Beliau bernama Sumiati Hasanah, beliau merupakan salah satu seorang donatur di lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri :

Awal saya tertarik dengan lembaga Kotak Amal Cabang Kediri ini karena dalam penjelasan di lembaga ini sangatlah jelas dan dapat di pahami, serta dalam kegiatan laporannya juga trasnparansi sehingga saya tidak takut uang donasi di salah artikan, oleh karena itu saya tertarik dan akhirnya saya menjadi donatur di lembaga tersebut.⁷¹

Setelah adanya penjelasan dari donatur di atas, peneliti juga melakukan wawancara kepada salah seorang donatur incidental yang bernama Ika Wati, beliau termasuk donatur incidental yang beluui adalah seorang teman di fece book beliau pun menjelaskan :

Saya adalah teman dari fece book dari pemimpin Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri yaitu Abdurrahman, saya tau tentang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dari postingan-postingan di Fece book, saya tertarik dengan posting-postingannya, dengan kegiatan-kegiatannya, progam-progamnya yang dilaksanakannya, dll. Dari situ, ketika saya

⁷⁰ Rowiyah Menik, Donatur Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

⁷¹ Sumiati Khasanah, Donatur Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

ada rezeki ya saya tranferkan uang saya untuk lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.⁷²

Dari penjelasan donatur-donatur yang sudah di jelaskan di atas sudah terjabar satu persatu, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa para donatur tersebut menyalurkan donasi ke Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri karena adanya suatu ketertarikan dari donatur-donatur tersebut terhadap strategi fundraising yang diterapkan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tersebut. Seperti halnya menganggap bahwa berdonasi adalah konteks berlomba-lomba dalam hal kebaikan, ketertarikan terhadap postingan-postingan di media social dan lainnya. Dari hal tersebut, donatur selalu terjaga kepercayaan dan loyalitas untuk Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tersebut. Dengan ini, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri akan lebih mudah dalam mencapai tujuannya, yakni meningkatkan perolehan donasi penghimpunan.

Setelah penjelasan dari yang di sampaikan oleh donatur tersebut, terdapat suatu rekapitan perolehan penghimpunan donasi yang mana rekapitan ini merupakan suatu bukti bahwa dengan adanya konsep strategi fundraising yang di terapkan yang ada di lembaga ini dalam perolehan donasi di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam setiap tahun.

Tabel 3.2

Perolehan Penghimpunan Donasi Tahun 2014

Tahun	Bulan	Perolehan
-------	-------	-----------

⁷² Ika Wati, Donatur Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ,28 Agustus 2020

2014	Agustus	Rp. 2.140.000
	September	Rp. 4.680.000
	Oktober	Rp. 3.615.000
	November	Rp. 4.490.000
	Desember	Rp. 4.165.000
	Total	Rp. 19.090.000

Dokumentas : Perolehan Penghimpunan Donasi Tahun 2014

Table di atas merupakan total dari perolehan donasi di lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri pada Tahun 2014

Tabel 3.3

Perolehan Penghimpunan Donasi Tahun 2015

Tahun	Bulan	Perolehan
2015	January	Rp. 5.840.000
	February	Rp. 4.965.000
	Maret	Rp. 4.950.000
	April	Rp. 4.618.000
	Mei	Rp. 6.133.000
	Juni	Rp. 5.305.000
	Juli	Rp. 3.035.000
	Agustus	Rp. 6.640.000
	September	Rp. 66.785.000
	Oktober	Rp. 7.065.000

	November	Rp. 6.080.000
	Desember	Rp. 11.510.000
	Total	Rp. 132.926.000

Dokumentasi: Perolehan Penghimpunan Donasi Tahun 2015

Pada tahun 2015 perolehan donasi penghimpunan dari Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri selama setahun penuh.⁷³

Tabel 3.4
Perolehan Donasi Penghimpunan Tahun 2016

Tahun	Bulan	Perolehan
2016	Januari	Rp. 9.428.000
	Februari	Rp. 7.656.000
	Maret	Rp. 6.386.000
	April	Rp. 6.530.000
	Mei	Rp. 6.920.000
	Juni	Rp. 13.995.000
	Juli	Rp. 23.515.000
	Agustus	Rp. 14.258.000
	September	Rp. 25.392.200
	Oktober	Rp. 11.788.000

⁷³ Dokumentasi Perolehan Donasi Penghimpunan Tahun 2019, di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 20 Agustus 2020

	November	Rp. 16.580.000
	Desember	Rp. 10.920.000
	Total	Rp. 153.142.000

Dokumentasi: Penghimpunan Donasi Penghimpunan Tahun 2016

Pada tahun 2016, perolehan donasi penghimpunan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya.⁷⁴

Tahun 2016, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri mengalami peningkatan yang dramatis. Hal ini tentu perolehan donasi penghimpunan yang di raih oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri terus meningkat.⁷⁵

Table 3.5

Perolehan Donasi Penghimpunan Tahun 2017

Tahun	Bulan	Perolehan
2017	Januari	Rp. 18.592.000
	Februari	Rp. 29.112.200
	Maret	Rp. 12.893.000
	April	Rp. 14.496.100
	Mei	Rp. 9.497.000
	Juni	Rp. 84.767.000

⁷⁴ Dokumentasi Perolehan Donasi Penghimpunan Tahun 2016, diKotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 18 Februari 2019.

⁷⁵ Dokumentasi Petahrolean Donasi Penghimpunan Tahun 2016, diKotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 18 Februari 2019.

	Juli	Rp. 16.897.500
	Agustus	Rp. 26.777.000
	September	Rp. 24.650.000
	Oktober	Rp. 14.248.000
	November	Rp. 22.916.000
	Desember	Rp. 31.120.000
	Total	Rp. 309.967.000

Tahun 2017, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri mengalami peningkatan drastis. Hal ini tantunya perolehan donasi penghimpunan yang diraih oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.⁷⁶

Tabel 3.6

Penghimpunan Donasi Penghimpunan Tahun 2018

Tahun	Bulan	Perolehan
2017	Januari	Rp. 25.616.000
	Februari	Rp. 24.487.000
	Maret	Rp. 18.466.000
	April	Rp. 5.680.000
	Mei	Rp. 11.630.000
	Juni	Rp. 265.600.000
	Juli	Rp. 9.757.000
	Agustus	Rp. 9.550.000
	September	Rp. 10.154.000
	Oktober	Rp. 18.933.000

⁷⁶ Dokumentasi Perolehan Donasi Penghimpunan dana Tahun 2018. Di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 18 Agustus 2019.

	November	Rp. 16.167.000
	Desember	Rp. 17.071.000
	Total	Rp. 433.112.600

Dokumentasi : Perolehan Donasi Penghimpunan tahun 2018

Tahun 2017. Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri juga dapat meraih perolehan donasi penghimpunan donasi yang lumayan sangat drastis.⁷⁷

Dari berbagai tabel di atas membuktikan bahwa memang terdapat suatu peningkatan dalam perolehan donasi penghimpunan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam setiap tahunnya.

Penghitungan akan dihitung pada rekapan perolehan donasi yang terekap dalam jangka waktu satu tahun penuh, yaitu mulai tahun 2015. Pada tahun 2015, perolehan donasi penghimpunan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri sebesar Rp. 132.926.000,-. Dan pada tahun 2016 perolehan donasi di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri adalah Rp. 153.142.000,-. Dari tahun 2015 ke tahun 2016, perolehan tersebut sebesar Rp. 20.216.000,-. Selanjutnya, dari tahun 2016 ke tahun 2017. Tahun 2016, perolehan donasi penghimpunan di lembaga tersebut sebesar Rp. 153.142.000,-. Sedangkan pada tahun 2017, perolehan donasi penghimpunan sebesar Rp. 305.967.300,-. Pada tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan yang drastis, yakni sebesar Rp. 125.425.300,-.

Dan selanjutnya, tahun 2018. Pada tahun tersebut Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri juga mengalami peningkatan donasi penghimpunan yang drastis. Total perolehan donasi pada tahun 2017

⁷⁷ Dokumentasi Perolehan Donasi Penghimpunan dana Tahun 2018. Di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 18 Agustus 2019.

sebesar Rp. 305.967.300,-, dan pada tahun 2018 total perolehan Kediri sebesar Rp. 433.112.600,-. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan perolehan donasi pengumpulan yang dialami oleh lembaga tersebut sebesar Rp. 127.145.300,-.⁷⁸

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan paparan data di atas, diperoleh temuan penelitian sebagai berikut:

1. Strategi fundraising Internal Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri

Strategi fundraising internal merupakan strategi yang menggambarkan pekerjaan yang dilakukan perusahaan untuk melatih dan mendorong pelanggan internalnya, yaitu karyawan penghubung pelanggan dan karyawan pendukung pelayanan untuk bekerja sebagai sebuah tim agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Adapun strategi fundraising internal yang dilakukan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri antara lain adalah motivasi kerja dan perekrutan karyawan. Dalam penerapan motivasi kerja, seluruh staf di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri seperti halnya relawan, marketing, administrasi, dll akan memperoleh motivasi kerja dari atasan guna untuk meningkatkan kinerja bagi karyawan dalam memberikan pelayanan para donatur maupun para calon donatur.

Sedangkan dalam perekrutan karyawan meliputi praktek dan aktifitas yang dilaksanakan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dengan

⁷⁸ Dokumentasi Perolehan Donasi Pengumpulan dana Tahun 2018. Di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 18 Agustus 2019.

tujuan utama mengidentifikasi dan menarik karyawan potensial. Dengan merekrut anggota staf yang tepat, maka akan menciptakan suatu tingkat kerjasama yang tinggi di antara rekan kerja dan mengembangkan karyawan yang termotivasi serta memiliki kesadaran akan pelanggan.

Dengan diterapkannya strategi fundraising internal tersebut, kesiapan, kepedulian dan pelayanan dari top manajemen sampai level manajemen, sesama karyawan, serta kepada masyarakat akan selalu dilakukan oleh seluruh staf karyawan Kotak Amal Inonesia Cabgna Kediri tesebut.

2. Strategi fundraising Eksternal Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

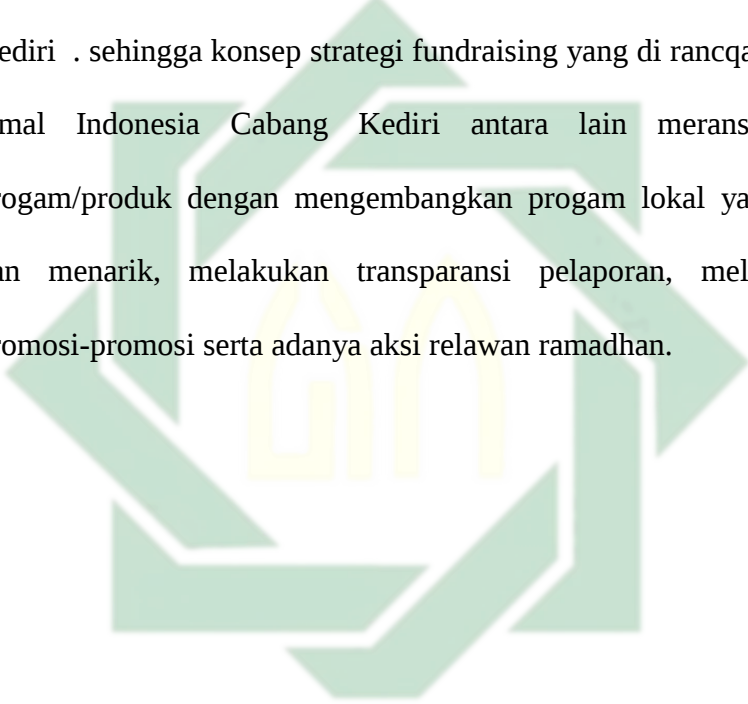
Strategi fundraising eksternal merupakan suatu strategi yang sudah menjadi tugas dari manager dan organisasi fundraising perusahaan dalam memahami kebutuhan dan harapan pasar, upaya menciptakan produk atau jasa pelayanan, serta mengupayakan terjadinya transaksi yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

Dalam hal ini, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri menciptakan suatu konsep strategi fundraising eksternal yang berupa konsep-konsep strategi fundraising yang diterapkan dalam upaya meningkatkan perolehan donasi penghimpunan dana dilembaga tersebut.

Konsep dasar yang digunakan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam merencanakan konsep strategi fundraising tersebut adalah sebuah konsep yang terdapat dalam konsep strategi fundraising syariah yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW. Sepertihalnya konsep strategi

fundraising yang digunakan untuk memenangkan sebuah pikiran (*mind-share*), hati(*heart-share*) dan uang amal (*heart-share*).

Selain itu, konsep strategi fundraising yang diterapkan dalam kepatuhan syariahnya juga selalu disertai dengan adanya dalam inovasi-inovasi dan kreatifitas dari pihak yang di rancang oleh Kotak Amala Indonesia Cabang Kediri . sehingga konsep strategi fundraising yang di rancang oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri antara lain merangsang berbagai progam/produk dengan mengembangkan progam lokal yang khas, unik dan menarik, melakukan transparansi pelaporan, melakukan suatu promosi-promosi serta adanya aksi relawan ramadhan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV PEMBAHASAN

A. Konsep Strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri

Dalam Meningkatkan Perolehan Donasi Penghimpunan

Di lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri merupakan salah satu cabang Kotak Amal Indonesia yang kini terus berkembang terkait dalam meningkatnya perolehan donasi penghimpunan. Perkembangan tersebut tentunya juga memiliki sebuah konsep strategi, konsep strategi tersebut adalah konsep strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri selalu merancang berbagai konsep strategi fundraising yang khas, unik dan menarik. Konsep dasar yang digunakan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri yakni sebuah konsep yang terdapat dalam konsep strategi syariah yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW. seperti halnya *mind share*, *market share* dan *heart share*.

Mind share (strategic), merupakan inti dari penguasaan pasar, bagaimana sebuah perusahaan diingat oleh pelanggan, itu yang menjadi inti dari penguasaan mind share⁷⁹ Sedangkan pangsa pasar atau *market share* adalah presentasi dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau *service* yang telah dipilih dan dikuasai oleh satu atau lebih produk atau *service* tertentu yang dikeluarkan sebuah perusahaan dalam kategori yang sama. perhitungan jumlah persentase salah satunya dapat diukur berdasarkan pada

⁷⁹Thorik Gunara dan Utus Hardiono S., Marketing Muhammad : Strategi Andal dan Jitu Praktik Nabi Muhammad SAW. (Bandung : PT. Karya Kita, 2007), hal 8.

jumlah total produksi dan penjualan.⁸⁰ Adapun nilai tambah dengan muatan emosi yang tinggi adalah senjata untuk memenangkan *heart share* pingaan.⁸¹

Salah satu tujuan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam merancang konsep strategi fundraising yakni untuk memenangkan sebuah pikiran (*mind-share*), hati (*heart-share*) dan uang amal (*market-share*) para donatur maupun para calon donatur. Tidak hanya harus meraih angka penjualan (*market-share*) saja, namun juga memenangkan *mind-share* (diingat, populer) dan *heart-share* (disukai). Karena, ketiga tujuan tersebut akan dapat menjamin keberlangsungan fundraising bagi Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Meraih *market-share* hanyalah tujuan jangka pendek yang perlu ditunjang dengan *mind-share* dan *heart-share* yang tinggi sebagai tujuan jangka panjang. Dengan adanya konsep *mind share*, *heart-share* dan *market share* dalam strategi fundraising tersebut, hal ini dapat yakni meningkatkan perolehan donasi penghimpunan.

Konsep strategi fundraising pertama yang akan dibahas yakni konsep Strategi fundraising dalam hal program. Dalam teorinya, program-program yang dirancang oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tersebut merupakan suatu produk yang ada di dalam lembaga tersebut. Produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, atau konsumsi yang dapat mempengaruhi keinginan atau kebutuhan.⁸²

⁸⁰ Ibid., 35.

⁸¹ Ibid., 75.

⁸² Don Sextion, Trum University Marketing 101 (Jakarta : PT. Bhuana Ilmu Populer, 2006) 85

Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri merancang berbagai program/produk dengan mengembangkan program pusat menjadi program lokal yang khas, unik juga menarik. Terdapat 4 program yang merupakan program pusat. Amal Dakwah, Amsi Cerdas, Amal Mandiri dan Amel Kemanusiaan. Di dalam program pusat Amal Dakwah, pihak lembaga berisikan tentang pesan-pesan kekinian (tren masa kini) bersyariat Islam. Adapun di dalam program pusat Amal Cerdas, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri merancang program lokal Jejak Si Kamal (Jejak Sahabat Inspirasi Kotak Amal) dan program lokal Beasiswa Ranger Muda. Program lokal Jejak Si Kamal merupakan suatu program yang dilaksanakan di sebuah plosok desa anak negeri khususnya anak yatim dan dhuafa di daerah plosok terpencil. Sedangkan program lokal Beasiswa Ranger Muda merupakan suatu program yang dilaksanakan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri untuk para pemuda-pemuda dhuafa khususnya tingkat SMA sederajat. Pemuda-pemuda dhuafa tersebut bisa mendapatkan ilmu secara gratis dengan materi : Pembinaan Character Building, Belajar Public Speaking and Skill Presentation dan Skill Presentation dan Workshop “Mengukir Slide dengan Cinta”.

Di dalam program pusat Amal Mandiri, terdapat program lokal terkait pemberian Modal Usaha bagi para fakir miskin dan dhuafa yang ingin memulai usahanya. Dan di dalam program pusat Amal Kemanusiaan, terdapat program lokal Sigab (Siaga Tanggap Bencana), program lokal yang dirancang untuk membantu warga masyarakat apabila terdapat suatu bencana.

Selain program lokal yang berada di bawah naungan program pusat, terdapat program yang sifatnya momentum. Seperti halnya program pada momen bulan Ramadhan, yang meliputi Buka Bersama dengan Anak Yatim, Sebar Takjil, Bingkisan Guru Al-Oran, dll.

Konsep strategi fundraising terkait perancangan program/produk di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tidak hanya semata-mata merancang program agar program tersebut terlihat menarik saja, namun perancangan program tersebut dilakukan agar program tersebut disukai oleh para donatur. Serta program yang dirancang tersebut tertanam dalam benak para donatur maupun para calon donatur. Ketika hal tersebut telah tertanam dalam benak para donatur, secara otomatis para donatur tersebut akan selalu berpartisipasi dalam menyalurkan donasi terbaiknya di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Hal ini merupakan salah satu konsep strategi fundraising yang khas, unik serta menarik, yang dilakukan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang penghimpunan.

Selain dari konsep strategi fundraising dalam hal program/produk, transparansi pelaporan juga merupakan suatu konsep strategi fundraising yang dirancang oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Transparansi pelaporan merupakan suatu konsep strategi fundraising yang dilakukan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dengan selalu meng-update dan live saat kegiatan berlangsung. Dengan ini, kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada saat itu memang benar-benar real, tanpa adanya rekayasa apapun.

Setiap perusahaan tentunya ingin mempunyai pelanggan yang setia dan loyal terhadap pelayanan yang diberikan. Seperti halnya memberikan suatu keterangan atau informasi yang benar dan akurat agar kepercayaan dari setiap donatur itu selalu terjaga⁸³ Oleh karenanya, transparansi pelaporan juga menjadi salah satu konsep fundraising yang di rancang oleh Kotak Amal Cabang Kediri.

Transparansi pelaporan dilakukan dalam setiap kegiatan. Hal tersebut dapat menumbuhkan kepercayaan serta loyalitas para donatur menjadi semakin kuat, bahkan para calon donatur sekalipun. Dengan ini, para donatur maupun para calon donatur tersebut tidak akan merasa ragu untuk menyalurkan donasi di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam setiap kegiatan yang diadakan. Dan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri secara otomatis akan mengalami peningkatan dalam perolehan donasi penghimpunan.

Selanjutnya, konsep strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam hal promosi. Promosi merupakan kegiatan penyampaian informasi atas suatu produk kepada calon konsumen.⁸⁴ Berbagai inovasi juga dituangkan dalam konsep strategi fundraising terkait promosi tersebut. Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri merancang beberapa strategi konsep fundraising dalam hal promosi, salah satunya adalah pembuatan pamflet-

⁸³ Thorik Gunara dan Utus Hardiono S., *Marketing Muhammad : Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*. (Bandung : PT. Karya Kita, 2007), 8.

⁸⁴ Don Sexton, *Trump University Marketing 101* (akar : PT, Bhuana Ilmu Populer, 2006), 85.

pamflet kegiatan. Pembuatan pamflet pun juga dirancang dengan seindah mungkin. Seperti halnya dengan mencantumkan pesan-pesan yang berakhlakul karimah. Promosi yang berupa pamflet tersebut juga dipublikasikan lewat media sosial, seperti Fece Book, Whatsapp, Instagram, dan lain sebagainya.

Selain dalam pembuatan pamflet, action marketing juga sangat berperan dalam konsep strategi fundraising terkait promosi tersebut. Aksi dari para marketing tidak hanya dilakukan dengan begitu saja, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri juga merancang sebuah trik atau jurus untuk para tugasnya. Terdapat 6 jurus yang telah dirancang oleh pihak lembaga, jurus tersebut adalah ASNALI (*Attention, Smile, Name, Appreciation, Listen, Interesi*). Jurus ASNALI merupakan sebuah trik para marketing yang dapat digunakan untuk menarik simpatik para donatur maupun para calon donatur. Rasa simpatik tersebut yakni berupa sebuah pikiran (*mind-share*), hati (*heart share*) serta uang amal (*market-share*) para donatur maupun para calon donatur tersebut.

Selanjutnya, konsep strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam hal Aksi Relawan Ramadhan. Terdapat kurang lebih 100 relawan yang beraksi khusus di bulan Ramadhan. 100 relawan tersebut merupakan buah hasil dari kerja sama Kotak Amal Indonesia dengan Ikatan Da'i Indonesia (IKADI) dan Persaudaraan Muslimah (SALIMAH). Dalam dengan muatan emosi yang tinggi adalah senjata untuk memenangkan heart share pelanggan, pentingnya penguasaan heart share menjadi strategi

selanjutnya setelah melakukan *mind share* dan *market share*.⁸⁵ Dengan adanya konsep *heart share* yang diterapkan tersebut, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dapat bekerja sama dengan Ikatan Da'i Indonesia (IKADI) dan Persaudaraan Muslimah (SALIMAH). Adanya konsep kerja sama antara Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dengan Ikatan Da'i Indonesia (IKADI) dan Persaudaraan Muslim (SALIMAH) tersebut sangat membantu Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam mencapai tujuannya, yakni satu konsep strategi fundraising yang menjadi pemicu utama atas meningkatnya perolehan donasi penghimpunan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

B. Pelaksanaan Syariah Compliance dalam Strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri

Strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri merupakan Suatu strategi yang digunakan lembaga tersebut dalam mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan perolehan donasi penghimpunan. Strategi fundraising merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana fundraising merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan.⁸⁶ Oleh karenanya, strategi fundraising sangatlah penting bagi Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam upaya mencapai tujuannya tersebut.

⁸⁵ Thorik Gunara dan Utus Hardiono S., *Marketing Muhammad : Strategi Andal dan Jitu Praktik Nabi Muhammad SAW*. (Bandung : PT. Karya Kita, 2007), 75-77.

⁸⁶ Willion J. Stanton, *Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa Wilhelmus W. Bokowatun* (Jakarta : Erlangga, 1991), 5.

Pertama, dalam hal pelaporan hasil donasi pelaporan keterbukaan *transparansi* pelaporan. Dilakukan dengan selalu meng-*update* dan *live* hasil perolehan dari donasi saat kegiatan berlangsung dengan terbuka. strategi fundraising yang diterapkan seperti ini oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri yakni dalam hal pelaporan dapat meningkatkan kepercayaan donatur.

Produk/program yang sangat terbuka diterapkan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri kepada semua warga masyarakat, keterbukaan terhadap produk/program Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dapat menciptakan berbagai program tersebut dapat dikenal dengan masyarakat atau para donatur dengan cara tersebut serta mengembangkan program-program yang telah ada dari pusat, hal ini dapat dikatakan sebagai program lokal dari lembaga tersebut. Dan tentunya, program tersebut diciptakan dengan penuh inovasi dari lembaga sehingga dapat menjadikannya suatu program yang khas, unik serta menarik di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tersebut.

Amal Dakwah, Amal Cerdas, Amal Mandiri dan Amal Kemanusiaan merupakan suatu program yang telah ada dari kantor pusat Kotak Amal Indonesia cabang Kediri, dalam kepemimpinan Abdurrahman selaku pimpinan cabang di lembaga kotak amal Indonesia cabang Kediri berusaha selalu adil dalam pengembangan program dan dalam pngeorganisasian di lembaga tersebut.

Dengan berbagai program dan produk yang dilaksanakan dengan se baik mungkin seadil mungkin dalam pengorganisasian di lembaga kotak amal Indonesia cabang Kediri, maka dalam lembaga tersebut tidak akan ada karyawan dan donatur yang merasa di berat sebelah, dan dalam programnya tidak ada yang selalu di tonjolkan melainkan di laksanakan dengan sama rata, maka akan bertambah kepercayaan terhadap para donatur dan para karyawan yang melaksanakan tugasnya dengan sebaik mungkin, maka banyak pula donasi penghimpunan yang masuk dalam Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

Hal ini menunjukkan bahwa syaria compliance dalam strategi fundraising, (keadilan, keterbukaan dan keseimbangan) program tersebut dapat menarik para donatur, kemenarikan tersebut juga akan selalu membuat para donatur menyalurkan donasi terbaiknya di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Dari hal tersebut, perolehan donasi penghimpunan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri akan selalu mengalami peningkatan dengan sendirinya. Dan tujuan daripada Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam upaya meningkatkan perolehan donasi penghimpunan akan mudah untuk tercapai.

Dengan ini, perolehan donasi penghimpunan di Kotak Ama Indonesia Cabang Kediri secara otomatis akan selalu mengalami peningkatan. Dan tujuan dari pada Kotak Amat Indonesia Cabang Kediri dalam meningkatkan perolehan donasi penghimpunan akan selalu mudah untuk terwujud.

transparansi pelaporan. Transparansi pelaporan juga merupakan suatu konsep strategi pemasaran yang diterapkan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Transparansi pelaporan merupakan suatu konsep strategi fundraising yang dilakukan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dengan selalu meng-*update* dan *live* saat kegiatan berlangsung. Dengan ini, kegiatan kegiatan yang dilakukan pada saat itu memang benar-benar real, tanpa adanya rekayasa apapun. Media yang digunakan dalam transparansi pelaporan adalah drone, HP (live IG, live FB, status WA), camera, handycam, dan lain sebagainya. Dalam melakukan transparansi, lembaga memberdayakan para relawan untuk ikut serta dalam merekam secara live kegiatan yang sedang berlangsung tersebut. Dengan ini, transparansi yang dilakukan akan selalu *terUpdate* secara langsung tanpa adanya kendala apapun.

Transparansi pelaporan yang dilakukan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tersebut memiliki tujuan agar para donatur merasa yakin dan puas terhadap kegiatan apapun yang lembaga lakukan. Selain itu, transparansi pelaporan yang dilakukan tersebut juga dapat menumbuhkan kepercayaan, serta loyalitas para donatur menjadi semakin kuat, bahkan para calon donatur sekalipun.

Salah satu tujuan dari adanya strategi fundraising itu sendiri adalah memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Dalam buku Strategis yang ditulis oleh Davis W. Cravens mengatakan bahwa terdapat komponen-komponen yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen, antara lain : *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability* dan *emphaty*. Dari

komponen-komponen tersebut, transparansi pelaporan yang dilakukan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri juga merupakan suatu komponen yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan atau donatur.

Transparansi pelaporan termasuk dalam komponen reliability, Komponen reliabiliry merupakan kemampuan perusahaan jasa dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat, serta memuaskan pelanggannya.⁸⁷ Hal ini membuktikan bahwa pelayanan yang berupa transparansi pelaporan di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri merupakan suatu pelayanan yang Cepet, akurat, serta memuaskan bagi pelanggan/donatur.

Dengan adanya penerapan strategi fundraising yang berupa transparansi pelaporan tersebut, para donatur maupun para calon donatur tersebut tidak akan merasa ragu untuk menyalurkan donasi di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam setiap kegiatan yang diadakan. Dan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri secara otomatis akan mengalami peningkatan dalam perolehan donasi penghimpunan.

Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tidak dapat melangkah lebih jauh tanpa adanya sebuah promosi dalam strategi fundraisingnya. Promosi yang dilakukan oleh lembaga tersebut juga dilakukan dengan sangat efektif. Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri membuat promosi yang berupa pamflet-pamflet kegiatan, pembuatan pamflet pun juga dirancang dengan seindah mungkin. Salah satunya dengan mencantumkan pesan-pesan yang Whatsapp,

⁸⁷ Davis W. Cravens, *Pemas aran Sirategis..* 80

Instagram, dil. Pempublikasian promosi yang dilakukan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tersebut dapat dikatakan sebagai *advertising*.

Selain promosi melalui pamflet-pamfla offline ataupun online, *action marketing* juga sangat diperlukan dalam melakukan promosi. Dalam hal ini, para marketing menerapkan trik atau jurus ASNALI yang telah dirancang khusus oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

Dari hal tersebut, peneliti menganggap bahwa penerapan konsep strategi fundraising yang digagas oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri mampu memberikan ruang tambahan terhadap para donatur dan calon donatur untuk memborong amal. Selain itu, dapat menumbuhkan kesadaran bagi masyarakat lainnya untuk bisa terus beramal. Dalam hal ini, tujuan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam meningkatkan perolehan donasi pengumpulan tersebut dapat terus meningkat di setiap tahunnya.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konsep dasar yang digunakan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam merancang konsep strategi fundraising tersebut adalah sebuah konsep yang terdapat dalam konsep strategi fundraising syariah yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW. Seperti halnya konsep strategi fundraising yang digunakan untuk memenangkan sebuah pikiran (*mind-share*), hati (*heart-share*) dan uang amal (*market-share*). Konsep strategi fundraising yang dirancang oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri antara lain merancang berbagai program/produk dengan mengembangkan program pusat menjadi program lokal yang khas, unik dan menarik, melakukan transparansi pelaporan, melakukan suatu promosi-promosi serta adanya Aksi Relawan Ramadhan.
2. Penerapan/pelaksanaan dari kepatuhan Syariah *syariah compliance* dalam fundraising yang dirancang oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri antara lain : *pertama*, strategi fundraising yang diterapkan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri yakni dalam hal program/produk. Penerapan dari berbagai program tersebut dilakukan dengan seefektif mungkin. Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri selalu mengadakan sebuah Fun Motivation dalam setiap kegiatan yang dilakukan. *Kedua*,

transparansi pelaporan. Dilakukan dengan selalu meng-*update* dan *live* saat kegiatan berlangsung. *Ketiga*, promosi. Dalam strategi promosi terdapat dua konsep strategi yang diterapkan, antara lain pempublikasian pamflet-pamflet promosi lewat media sosial dan *action* dari para marketing. *Action* marketing dilakukan dengan *door to door* dan *face to face*. *Keempat*, Aksi Relawan Ramadhan. Konsep kerjasama dengan Ikatan Da'i Indonesia (IKADI) dan Persaudaraan Muslimah (SALIMAH). Aksi tersebut dilakukan hanya pada bulan ramadhan oleh kurang lebih 100 relawan. Setiap relawan memiliki target dengan jumlah nominal Rp. 2.500.000,-/orang. Dari adanya berbagai konsep strategi fundraising yang khas, unik dan menarik yang diterapkan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri tersebut, hal ini membuat perolehan donasi penghimpunan di lembaga tersebut meningkat dengan sendirinya. Dari tahun 2015 sampai dengan 2018, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri selalu mengalami peningkatan dalam perolehan donasi penghimpunan. Dari hal tersebut, peneliti menganggap bahwa penerapan konsep strategi fundraising yang digagas oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri mampu memberikan ruang tambahan terhadap para donatur dan calon donatur untuk memborong amal. Selain itu, dapat menumbuhkan kesadaran bagi masyarakat lainnya untuk bisa terus beramal. Dalam hal ini, tujuan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam meningkatkan perolehan donasi penghimpunan tersebut dapat terus meningkat di setiap tahunnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan di atas, Peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Dengan adanya suatu inovasi-inovasi yang dituangkan dalam konsep strategi fundraising Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, peneliti berharap, lembaga tersebut dapat mempertahankan serta terus mengembangkan inovasi-inovasi yang telah ada. Dengan ini, berbagai konsep strategi fundraising yang diterapkan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri akan selalu menjadi suatu konsep strategi pemasaran yang khas, unik dan juga menarik.
2. Peneliti juga berharap, Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dapat terus meningkatkan perolehan donasi penghimpunan di setiap tahunnya. Dengan meningkatnya perolehan donasi penghimpunan tersebut, perkembangan yang dialami oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri juga akan terus meningkat. Dan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri akan selalu menjadi sebuah lembaga yang memiliki suatu kualitas yang unggul.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bukhari. 2007. *Sahih Al-Bukhari*. (Bandung: PT. Karya Kita).
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani).
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 1999. *Bank Syariah Wacana Ulama dan Cendekiawan*. (Jakarta: Bank Indonesia dan Tazkia).
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta).
- At-Tarmidzi, Abu Daud dan Ibn Majah. 2007. (Bandung: PT. Karya Kita).
- Azwar, Saefudi. 2014. *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Cravens, Davis W. 1996. *Pemasaran Strategis*. (Jakarta: Erlangga)
- DEPDIKBUD. 2005. *Indonesia Kamus Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka).
- Departemen Agama RI. *Al Qur'an dan Terjemahnya*. Pustaka Agung Harapan Surabaya. 2002.
- Dokumentasi Rekapitan Perolehan Penghimpunan Pertama, di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 15 Januari 2019.
- Sexton, Don. 2006. *Trump University Marketing 101*. (Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Popular).

Furchan, Arif. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. (Surabaya: Usaha Nasional. Pengantar Penelitian dalam Pendidikan).

Gunara, Thorik dan Utus Hardiono S. 2007. *Marketing Muhammad: Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*. (Bandung: PT. Karya Kita).

Huda, Miftahul. 2013. *Model Manajemen Fundraising Wakaf*. (Ponorogo: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Ponorogo).

Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. (Jakarta: Bumi Aksara).

Martasari, Laila. 2015. *Persepsi Masyarakat Terhadap Penerapan Syariah Compliance*. (Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis)

Miles, Mathew B. dkk. 2002. *Analisis Data Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).

Muhammad. 2011. *Audit dan Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*. (Yogyakarta: UII Press).

Muslim. 2007. *Sahih Muslim* (Bandung: PT. Karya Kita).

Lembaga Kemanusiaan Nasional Kotak Amal Indonesia, “Sekilas tentang Sejarah Kotak Amal Indonesia”, *Republika online*,
(<http://www.kotakamalindonesia.com/tentang-kami/>, diakses pada tanggal 10 Januari 2019).

Lembaga Kemanusiaan Nasional Kotak Amal Indonesia, “Program Kotak Amal Indonesia”, *Republika online*,
<http://www.kotakamalindonesia.com/program:kotakamal/> , diakses pada tanggal 11 Januari 2019.

Purwanto, April. 2009. *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Sukses).

Salim, Peter dan Yenny Salim. *Kamus besar Bahasa Indonesia Kontemporer*. ed.1, (Jakarta: Modern English Press).

Sjahdeini, Sutan Remy. 2014. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia grup).

Stanton, William J. 1991. *Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa Wihelmus W. Bokowatun*. (Jakarta: Erlangga).

Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. (Yogyakarta: UII Press).

Sutisna, Hendra, 2006, *Fundraising Database*. (Jakarta: Piramedia).
www.kotakamal.org diakses pada tanggal 12 Januari 2019.

Tim Penyusun. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.

Tjipto, Fandy.dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset).

Wikipedia. 2019. *Sumbangan/Donasi*. *Republika online*.
<https://id.m.wikipedia.org/wiki/sumbangan>, diakses pada tanggal 12 Januari 2019).

Wawancara: Abdurrahman, Kepala Cabang Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, 20 Januari 2020.

Wawancara: Bambang Subianto, Kepala Cabang Terdahulu Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 04 Februari 2020.

Wawancara: Devi Pramesti, Marketing Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

Wawancara: Ika Wati, Donatur Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri ,28 Agustus 2020

Wawancara: Muhammad Bagus Kurniadi, Marketing Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

Wawancara: Eko Juni Setiawan, Relawan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

Wawancara: Rowiyah Menik, Donatur Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

Wawancara: Sumiati Khasanah, Donatur Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, Kantor Kotak Amal Indoensia Cabang Kediri, 28 Agustus 2020

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A