

Strategi Fundraising Organisasi Pelayanan Sosial Di Karawang Peduli Kecamatan Telukjambe Barat Kabupaten Karawang

Intan Widyaningrum, Aribowo, Teta Riasih

^a Politeknik Kesejahteraan Sosial Bandung

Keywords:

Fundraising Strategy, Social Service Organization, Karawang Peduli

Corresponding Author:

Intan Widyaningrum
Politeknik Kesejahteraan Sosial Bandung
intanwidyaningrum@gmail.com

Abstract: *Funding is one of the main factors for the balance and sustainability of social service organizations carrying out service processes as well as achieving goals that can be achieved by fundraising activities. The purpose of this study is to describe in depth the fundraising strategy carried out by Karawang Peduli. This study used a qualitative descriptive method. Data collection techniques used are in depth interviews, participatory observations, and documentation studies. Data analysis is carried out by data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study suggest that the fundraising strategy carried out by Karawang Peduli is to implement a dialogue fundraising strategy using visits, raising donations on the street, open stands, and kencleng. The multichannel fundraising strategy utilizes several channels such as websites and social media which are carried out using online fundraising, crowdfunding, and community fundraising. And finally, Karawang Peduli implements a donor retention and development strategy based on aspects of trust and commitment as well as service quality which is implemented by providing routine reports, conducting evaluations, information collection, ease of payment, giving remarks or appreciation and borrowing inventory owned by Karawang Peduli. However, the implementation of the fundraising strategy still has obstacles, namely related to the lack of competence of fundraising staff, causing Karawang Peduli to not carry out a corporate fundraising strategy with the company and still not the optimal implementation of the multichannel fundraising strategy, especially for crowdfunding mode. Thus, the researcher suggested a competency training program for Karawang Peduli fundraising staff to maximize the fundraising activities that will be carried out.*

Abstrak: *Pendanaan adalah salah satu faktor utama terhadap keseimbangan dan keberlangsungan organisasi pelayanan sosial melakukan proses pelayanan juga mencapai tujuan yang mana hal tersebut dapat tercapai dengan aktivitas fundraising. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara mendalam strategi fundraising yang dilakukan oleh Karawang Peduli. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni wawancara mendalam, observasi partisipatif serta studi dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan Hasil penelitian ini menumakan bahwa strategi fundraising yang dilakukan Karawang Peduli adalah dengan menerapkan strategi dialogue fundraising menggunakan cara visit, galang donasi di jalan, open stand serta kencleng. Strategi multichannel fundraising memanfaatkan beberapa saluran seperti website dan media sosial yang dilakukan dengan cara online fundraising, crowdfunding serta community fundraising. Dan terakhir Karawang Peduli menerapkan strategi retention and development donor berlandaskan aspek kepercayaan dan komitmen serta kualitas pelayanan yang diimplementasikan dengan cara memberikan laporan rutin, melakukan evaluasi, pelayanan informasi, kemudahan pembayaran, pemberian ucapan atau apresiasi dan peminjaman inventaris yang dimiliki oleh Karawang Peduli. Namun dalam pelaksanaan strategi fundraising masih memiliki hambatan yaitu terkait dengan kurangnya kompetensi staff fundraising sehingga menyebabkan Karawang Peduli belum melakukan strategi corporate fundraising dengan perusahaan serta masih belum optimalnya penerapan strategi multichannel fundraising terlebih untuk mode crowdfunding. Dengan demikian peneliti menyarankan program*

pelatihan kompetensi staff fundraising Karawang Peduli guna memaksimalkan aktivitas fundraising yang nantinya dilakukan.

PENDAHULUAN

Fundraising atau penggalangan dana merupakan elemen kunci dalam keberlangsungan organisasi pelayanan sosial. Organisasi semacam ini bertujuan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan, baik dalam bidang pendidikan, kesehatan, kemanusiaan, maupun pemberdayaan ekonomi. Untuk menjalankan program-programnya, organisasi sosial harus memiliki sumber pendanaan yang stabil dan berkelanjutan. Tanpa strategi fundraising yang efektif, keberlanjutan organisasi dapat terancam karena keterbatasan dana operasional.

Di Indonesia, penggalangan dana oleh organisasi sosial telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1961 tentang Pengumpulan Uang atau Barang. Regulasi ini menegaskan bahwa setiap usaha pengumpulan dana harus memiliki tujuan yang jelas dalam mendukung kesejahteraan sosial. Organisasi sosial yang tidak memiliki strategi fundraising yang kuat sering kali mengalami kesulitan dalam mempertahankan kegiatan mereka, terutama ketika sumber dana utama mengalami penurunan atau ketidakpastian.

Karawang Peduli merupakan salah satu organisasi pelayanan sosial yang berfokus pada bantuan kemanusiaan, pendidikan, pemberdayaan ekonomi, dan dukungan bagi anak yatim. Berdiri sejak tahun 2014, organisasi ini telah menjalankan berbagai program sosial untuk membantu masyarakat yang membutuhkan di Kabupaten Karawang dan sekitarnya. Dengan jaringan relawan yang luas dan program yang terus berkembang, Karawang Peduli membutuhkan strategi fundraising yang tepat agar bisa terus memberikan manfaat bagi masyarakat.

Strategi fundraising yang diterapkan Karawang Peduli meliputi beberapa metode utama, di antaranya dialogue fundraising, multichannel fundraising, corporate fundraising, serta retention and development donor. Meskipun strategi ini telah membantu dalam mengumpulkan dana, masih terdapat berbagai tantangan yang perlu diatasi, seperti keterbatasan sumber daya manusia, ketergantungan pada donatur tertentu, serta fluktuasi jumlah donasi yang diterima.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi Karawang Peduli adalah penurunan jumlah donatur dalam beberapa tahun terakhir. Awalnya, jumlah donatur mengalami peningkatan yang stabil, namun dalam tiga tahun terakhir, donasi mengalami penurunan akibat dampak pandemi COVID-19. Situasi ini menunjukkan bahwa organisasi sosial tidak hanya perlu mencari donatur baru tetapi juga harus memastikan loyalitas donatur yang sudah ada melalui strategi retention donor yang lebih efektif.

Selain itu, dalam strategi multichannel fundraising, Karawang Peduli telah menggunakan media sosial dan platform crowdfunding untuk menjangkau lebih banyak donatur. Namun, optimalisasi dalam penggunaan teknologi masih menjadi tantangan. Misalnya, strategi digital

marketing untuk fundraising belum sepenuhnya dimanfaatkan, sehingga potensi penggalangan dana secara online belum maksimal.

Di sisi lain, corporate fundraising yang melibatkan kerja sama dengan perusahaan menjadi sumber pendanaan yang potensial. Namun, Karawang Peduli masih mengalami keterbatasan dalam menjalin kemitraan dengan perusahaan besar. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya pendekatan yang sistematis dan profesional dalam menarik perhatian perusahaan untuk menjadi mitra dalam kegiatan sosial.

Kepercayaan donatur terhadap transparansi organisasi juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan fundraising. Donatur cenderung lebih loyal kepada organisasi yang mampu memberikan laporan keuangan yang jelas, transparan, dan tepat waktu. Oleh karena itu, strategi retention and development donor harus diperkuat dengan peningkatan sistem pelaporan dan komunikasi dengan para donatur.

Berdasarkan berbagai tantangan yang dihadapi, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana strategi fundraising Karawang Peduli diterapkan dan bagaimana strategi tersebut dapat dikembangkan agar lebih efektif. Studi ini akan menggali lebih dalam tentang keberhasilan dan hambatan dalam setiap strategi fundraising yang telah dijalankan, serta memberikan rekomendasi yang dapat membantu organisasi meningkatkan efektivitas penggalangan dana mereka.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi organisasi sosial lain yang menghadapi tantangan serupa dalam fundraising. Dengan memahami strategi yang telah diterapkan oleh Karawang Peduli, organisasi sosial lainnya dapat mengambil pembelajaran untuk meningkatkan efektivitas penggalangan dana mereka sendiri.

Studi ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mendapatkan gambaran yang mendalam mengenai strategi fundraising di Karawang Peduli. Data akan dikumpulkan melalui wawancara dengan pengelola organisasi, staf fundraising, dan donatur, serta melalui observasi langsung terhadap kegiatan fundraising yang dilakukan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan utama: Bagaimana strategi fundraising yang diterapkan oleh Karawang Peduli? Penelitian ini akan memberikan wawasan mengenai efektivitas strategi yang telah digunakan serta memberikan rekomendasi agar strategi fundraising dapat lebih optimal dalam mendukung keberlanjutan organisasi sosial di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode ini dipilih karena peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai strategi fundraising yang diterapkan oleh Karawang Peduli. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini berusaha

menggali pengalaman, tantangan, serta efektivitas strategi fundraising yang diterapkan organisasi.

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kantor Karawang Peduli, yang beralamat di Perumnas Bumi Telukjambe, Jl. Baladewa Blok No. 09, Telukjambe, Kabupaten Karawang, Jawa Barat (41361). Organisasi ini berfokus pada pelayanan sosial dalam bidang kemanusiaan, pendidikan, pemberdayaan ekonomi, serta bantuan untuk anak yatim. Jadwal penelitian dilakukan pada bulan Januari hingga Juli 2023.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Teknik Wawancara Mendalam (Indepth Interview)

Wawancara mendalam (Indepth interview) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dan dapat mengungkap makna subjektif yang dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam pedoman wawancara. Wawancara mendalam tersebut dilakukan kepada informan-informan yang telah peneliti tentukan berdasarkan purposive sampling pada cara menentukan sumber data, yang terdiri dari Direktu (Kepala Karawang Peduli), staf fundraising, staf CRM serta mitra Karawang Peduli.

2. Observasi partisipatif

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan. Observasi partisipatif bertujuan untuk melakukan penelitian agar mendapatkan informasi yang lebih akurat. Observasi partisipatif dilakukan peneliti dengan cara terlibat langsung dan juga ikut dalam mempraktikkan beberapa strategi fundraising yang diterapkan Karawang Peduli. Diantaranya peneliti ikut dalam kegiatan pemberian pelayanan ke sekolah-sekolah, proses pengawalan ketika melakukan visit, ikut serta dalam melakukan fundraising dengan cara open stand, melihat langsung kondisi lapangan terkait tempat menyimpan kencleng dan juga melihat langsung bentuk bentuk penghargaan yang diberikan kepada donatur atau mitra yang berasal dari Karawang Peduli.

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Untuk menyusun penelitian ini peneliti menggunakan dokumen yang dimiliki oleh Karawang Peduli berupa : buku profil lembaga, dokumentasi kegiatan, kabar berita mengenai kegiatan Karawang Peduli yang dimuat dalam website dan media sosial Karawang Peduli serta catatan arsip mengenai perkembangan dan hasil fundraising Karawang Peduli.

C. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian menggunakan tiga teknik dalam menganalisis data yaitu :

1. Reduksi Data (Data reduction)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dalam mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dilakukan peneliti dengan cara merangkum hasil wawancara yang didapat saat dilapangan, memilah dan mengelompokkan data sesuai dengan fokus aspek penelitian.

2. Penyajian Data (Data Display)

Setelah data direduksi maka selanjutnya yang dilakukan adalah menyajikan data. Penyajian dapat berupa uraian naratif, bagan, maupun menghubungkan antar kategori. Peneliti melakukan penyajian data dengan cara menguraikanya dalam bentuk tabel maupun foto-foto dokumentasi yang sesuai dengan kondisi yang diperoleh saat melakukan penelitian.

3. Penarikan kesimpulan (Conclusion Drawing)

Penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti adalah dengan cara melihat hasil penelitian dengan didukung dengan bukti-bukti yang valid yang ditemukan saat di lapangan. Sehingga dapat dibuatlah suatu saran dan solusi pemecahan masalah berdasarkan temuan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana strategi fundraising yang diterapkan oleh Karawang Peduli dalam mempertahankan keberlangsungan organisasi dan mendukung program sosialnya. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, ditemukan bahwa Karawang Peduli menggunakan empat strategi utama dalam penggalangan dana: dialogue fundraising, multichannel fundraising, corporate fundraising, serta retention and development donor. Strategi ini bertujuan untuk memastikan pendanaan yang cukup agar berbagai program sosial yang telah dirancang dapat berjalan dengan baik. Namun, masing-masing strategi memiliki keunggulan serta tantangan dalam implementasinya, yang akan dibahas secara lebih rinci dalam penelitian ini.

Dialogue fundraising merupakan strategi yang paling sering digunakan oleh Karawang Peduli. Strategi ini dilakukan dengan mendatangi calon donatur secara langsung untuk mengajak mereka berdonasi. Beberapa metode yang diterapkan dalam strategi ini meliputi door-to-door (mengunjungi rumah calon donatur secara langsung), street fundraising (penggalangan dana di jalan raya), serta pembukaan stand di tempat strategis seperti pusat perbelanjaan dan acara

publik. Dengan metode ini, fundraiser dapat menjelaskan program secara lebih personal dan interaktif, sehingga calon donatur dapat memahami manfaat dari donasi yang mereka berikan.

Namun, dalam pelaksanaan dialogue fundraising, Karawang Peduli menghadapi beberapa kendala. Salah satunya adalah rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penggalangan dana di jalanan. Banyak masyarakat yang masih meragukan transparansi dari dana yang dikumpulkan, terutama jika dilakukan di tempat umum tanpa adanya edukasi atau informasi yang cukup. Selain itu, keterbatasan jumlah tenaga fundraiser yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik juga menjadi tantangan tersendiri. Seorang fundraiser harus memiliki keterampilan komunikasi yang persuasif agar mampu menarik perhatian dan meyakinkan calon donatur untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang dilakukan Karawang Peduli.

Selain mengandalkan interaksi langsung dengan calon donatur, Karawang Peduli juga menerapkan strategi multichannel fundraising, yang bertujuan untuk menjangkau lebih banyak donatur melalui berbagai platform digital. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh organisasi ini. Selain itu, Karawang Peduli juga menggunakan website resmi serta platform crowdfunding seperti Kitabisa.com untuk mempermudah proses penggalangan dana secara online. Melalui metode ini, organisasi dapat menjangkau lebih banyak donatur tanpa terbatas oleh lokasi geografis.

Meskipun strategi multichannel fundraising telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan jumlah donatur, masih terdapat beberapa kendala dalam penerapannya. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya konsistensi dalam pengelolaan media sosial serta kurangnya storytelling yang menarik dalam konten yang dipublikasikan. Saat ini, unggahan di media sosial belum memiliki pola yang sistematis, sehingga belum sepenuhnya menggugah emosi calon donatur. Selain itu, penggunaan platform crowdfunding juga belum dioptimalkan secara maksimal, baik dalam aspek pemasaran maupun dalam peningkatan jumlah kampanye yang dilakukan.

Selain metode fundraising langsung dan digital, Karawang Peduli juga menerapkan strategi corporate fundraising, yaitu menggalang dana dari perusahaan-perusahaan yang memiliki program Corporate Social Responsibility (CSR). Beberapa perusahaan lokal telah menjadi mitra Karawang Peduli dalam mendukung berbagai program sosial yang mereka jalankan, seperti bantuan pendidikan, pemberdayaan ekonomi, dan bantuan kemanusiaan. Dengan adanya kerja sama ini, Karawang Peduli dapat memperoleh sumber pendanaan yang lebih stabil dan berkelanjutan dibandingkan hanya mengandalkan donasi dari individu.

Namun, penelitian ini menemukan bahwa strategi corporate fundraising masih belum berjalan secara optimal. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pendekatan yang sistematis

dalam menjalin kemitraan dengan perusahaan besar. Banyak perusahaan yang memiliki program CSR, tetapi belum melihat Karawang Peduli sebagai mitra potensial karena kurangnya strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, organisasi ini masih menghadapi keterbatasan dalam sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan, sehingga masih banyak peluang kerja sama yang belum dimanfaatkan secara maksimal.

Untuk mempertahankan donatur yang telah ada, Karawang Peduli menerapkan strategi retention and development donor. Strategi ini bertujuan untuk menjaga loyalitas donatur agar mereka terus berdonasi secara berkelanjutan. Beberapa upaya yang dilakukan meliputi pengiriman laporan rutin tentang penggunaan dana, memberikan apresiasi kepada donatur tetap, serta mempermudah sistem pembayaran donasi. Strategi ini penting karena mempertahankan donatur yang sudah ada sering kali lebih efektif dibandingkan harus terus mencari donatur baru setiap saat.

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa strategi retention and development donor masih memiliki beberapa kelemahan. Beberapa donatur memilih berhenti berdonasi karena kurangnya keterlibatan emosional dengan program yang didukung, atau karena kondisi ekonomi yang tidak memungkinkan mereka untuk terus menyumbang. Selain itu, Karawang Peduli belum memiliki sistem database yang kuat untuk mencatat riwayat donasi dan preferensi donatur secara lebih rinci, sehingga sulit untuk melakukan pendekatan yang lebih personal dalam menjaga hubungan dengan para donatur.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi fundraising yang diterapkan Karawang Peduli telah membantu dalam mempertahankan keberlangsungan organisasi dan mendukung berbagai program sosial yang mereka jalankan. Dialogue fundraising masih menjadi metode utama yang digunakan, sedangkan multichannel fundraising dan corporate fundraising masih memiliki potensi yang perlu dioptimalkan lebih lanjut. Peningkatan strategi komunikasi serta pendekatan yang lebih profesional dalam menarik mitra perusahaan juga perlu diperhatikan agar pendanaan dapat lebih stabil di masa depan.

Meskipun Karawang Peduli telah berhasil menggalang dana dalam jumlah yang cukup untuk menjalankan program sosialnya, masih ada beberapa tantangan yang perlu diatasi. Salah satu tantangan utama adalah peningkatan kompetensi tim fundraising, agar mereka dapat lebih efektif dalam melakukan komunikasi dengan calon donatur. Selain itu, organisasi ini juga perlu memperluas jaringan kemitraan dengan perusahaan, serta mengembangkan pendekatan yang lebih inovatif dalam penggalangan dana, misalnya dengan memperkuat branding organisasi di media sosial dan platform digital lainnya.

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan agar Karawang Peduli mengadakan pelatihan khusus bagi tim fundraising untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan pemasaran mereka. Selain itu, organisasi ini juga perlu mengoptimalkan strategi digital marketing untuk memperluas jangkauan donatur melalui media sosial dan crowdfunding. Dengan strategi yang lebih inovatif dan sistematis, diharapkan Karawang Peduli dapat meningkatkan efektivitas fundraising mereka, sehingga program sosial yang mereka jalankan dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, Karawang Peduli menerapkan strategi fundraising yang merujuk pada teori Sargeant (2010), yang terdiri dari dialogue fundraising, multichannel fundraising, corporate fundraising, serta retention and development donor. Strategi ini digunakan untuk mengumpulkan dana guna mendukung keberlanjutan organisasi dan program sosial yang dijalankan .

Strategi dialogue fundraising yang diterapkan Karawang Peduli melibatkan interaksi langsung dengan calon donatur. Hal ini dilakukan melalui berbagai metode seperti door-to-door (visit), street fundraising, open stand, dan kotak amal (kencleng). Pendekatan ini cukup efektif karena memungkinkan fundraiser untuk menjelaskan program secara langsung dan membangun kepercayaan dengan calon donatur .

Namun, terdapat beberapa kendala dalam penerapan dialogue fundraising. Salah satu tantangan utama adalah adanya stigma negatif terhadap penggalangan dana di jalanan, di mana beberapa masyarakat menganggapnya sebagai aktivitas yang kurang profesional. Selain itu, keterbatasan jumlah tenaga fundraiser yang memiliki keterampilan komunikasi yang baik juga menjadi hambatan dalam meningkatkan efektivitas strategi ini.

Selain interaksi langsung, Karawang Peduli juga menerapkan strategi multichannel fundraising untuk menjangkau lebih banyak donatur melalui berbagai platform digital. Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan media sosial (Instagram, WhatsApp), website resmi, serta platform crowdfunding seperti Kitabisa.com. Strategi ini memiliki potensi besar karena dapat menjangkau donatur yang lebih luas tanpa harus bertemu secara langsung .

Meskipun strategi ini sudah berjalan, Karawang Peduli masih menghadapi beberapa hambatan, seperti kurangnya keterampilan digital marketing di kalangan staf fundraising, sehingga penggunaan media sosial dan website belum maksimal. Selain itu, konten yang dibuat masih kurang menarik dan kurang memiliki storytelling yang kuat untuk menarik donasi lebih banyak .

Strategi lain yang diterapkan adalah corporate fundraising, yaitu menjalin kemitraan dengan perusahaan yang memiliki program tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility atau CSR). Namun, strategi ini masih menghadapi kendala karena Karawang Peduli

belum memiliki sumber daya manusia yang mampu melakukan lobi secara profesional untuk menarik perhatian perusahaan besar .

Selain itu, meskipun dalam website Karawang Peduli terdapat logo beberapa perusahaan, hal tersebut bukan hasil dari kerja sama langsung dengan perusahaan, melainkan melalui masjid yang berada di lingkungan perusahaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa strategi corporate fundraising masih memerlukan pengembangan lebih lanjut agar dapat menarik lebih banyak dukungan dari sektor korporasi .

Untuk mempertahankan donatur yang telah ada, Karawang Peduli menerapkan strategi retention and development donor. Strategi ini berfokus pada menjaga hubungan baik dengan donatur melalui transparansi laporan keuangan, memberikan apresiasi, serta menyediakan kemudahan dalam pembayaran donasi. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun loyalitas donatur agar mereka terus berdonasi secara berkelanjutan .

Namun, dalam praktiknya, strategi retention and development donor masih menghadapi tantangan. Beberapa donatur memilih berhenti berdonasi karena alasan ekonomi atau adanya alternatif organisasi lain yang juga menawarkan program sosial. Selain itu, Karawang Peduli belum memiliki sistem database yang optimal untuk mengelola data donatur secara lebih terstruktur, yang menyebabkan sulitnya melakukan komunikasi yang lebih personal dengan donatur .

Secara keseluruhan, strategi fundraising yang diterapkan Karawang Peduli telah berhasil membantu dalam mempertahankan organisasi, tetapi masih memerlukan pengembangan lebih lanjut. Optimalisasi strategi digital, peningkatan keterampilan tim fundraising, serta perluasan jaringan kemitraan dengan perusahaan menjadi beberapa hal yang perlu dilakukan agar penggalangan dana lebih efektif .

Dengan berbagai temuan ini, direkomendasikan agar Karawang Peduli mengadakan pelatihan bagi tim fundraising untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan digital marketing, serta memanfaatkan teknologi secara lebih optimal untuk penggalangan dana. Selain itu, organisasi ini perlu memperkuat strategi komunikasi dengan donatur dan perusahaan mitra agar keberlanjutan pendanaan dapat lebih terjamin .

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi fundraising sangat penting bagi keberlanjutan organisasi sosial seperti Karawang Peduli. Organisasi ini telah menerapkan empat strategi utama fundraising, yaitu dialogue fundraising, multichannel fundraising, corporate fundraising, serta retention and development donor. Setiap strategi memiliki kelebihan dan tantangan dalam implementasinya, yang berdampak pada efektivitas penggalangan dana dan keberlangsungan program sosial .

Dialogue fundraising yang dilakukan melalui door-to-door visits, street fundraising, open stand, dan kencleng terbukti efektif dalam menjangkau donatur secara langsung. Strategi ini mengandalkan keterampilan komunikasi yang baik dari tim fundraiser. Namun, tantangan yang dihadapi adalah rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penggalangan dana di jalanan serta keterbatasan tenaga fundraiser .

Multichannel fundraising, yang memanfaatkan media sosial, website, dan platform crowdfunding, juga sudah diterapkan oleh Karawang Peduli. Strategi ini mampu menjangkau donatur dalam skala yang lebih luas dan memiliki potensi besar dalam meningkatkan jumlah donasi. Namun, penerapannya masih menghadapi kendala, terutama dalam hal kurangnya keterampilan digital marketing di kalangan staf fundraising dan belum optimalnya pengelolaan konten online .

Sementara itu, strategi corporate fundraising belum berjalan optimal karena organisasi belum memiliki tim yang mampu melakukan lobi dengan perusahaan. Logo perusahaan yang tercantum di website Karawang Peduli bukan hasil dari kerja sama langsung, melainkan melalui masjid yang berada di lingkungan perusahaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Karawang Peduli perlu memperkuat hubungan dengan perusahaan dan mengembangkan strategi yang lebih sistematis untuk menarik mitra korporasi .

Dari keempat strategi fundraising yang diterapkan, yang paling efektif adalah dialogue fundraising dan multichannel fundraising, meskipun keduanya masih perlu ditingkatkan. Untuk mengoptimalkan strategi fundraising, Karawang Peduli disarankan untuk mengadakan pelatihan bagi tim fundraising, meningkatkan penggunaan teknologi dalam penggalangan dana, serta memperluas kerja sama dengan perusahaan dan komunitas. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan Karawang Peduli dapat memperkuat sumber pendanaannya dan meningkatkan keberlanjutan program sosialnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan terima kasih dan penghormatan sebesar-besarnya kepada bapak Dr. Marjuki, M. Sc., selaku Direktur Politeknik Kesejahteraan Sosial Bandung, ibu Lina Favourita Sutiaputri, Ph.D selaku ketua Program Studi Perlindungan dan Peberdayaan Sosial Politeknik Kesejahteraan Sosial Bandung, bapak Aribowo, Ph.D, dan Dra. Teta Riasih, MP selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, masukan dan saran sehingga pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi dapat berjalan dengan baik dan tepat pada waktunya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur, (2018) Tiga Kunci Fundraising Sukses Membangun Lembaga Nirlaba. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018
- April Purwanto. (2009). Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat. Yogyakarta: Teras

- Arif Kusmanto. (2014). Peran Lembaga Amil Zakat Nasional Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah, *Jurnal Pandecta*, Vol. 9, No. 2
- Arman Marwing. (2015). Pendekatan Psikologi Dalam Peningkatan Fundraising Zakat”, *An-Nisbah. Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 2, No 1 hlm. 5, <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/nisbah/article/view/254>.
- Dian Purnamasari dan Achmad Firdaus. (2017). Analisis Strategi Penghimpunan Zakat Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Tazkia*, Vol. 4, No.2
- Fadly M. Djibedi, (2015) Kajian Hukum Terhadap Keberadaan Lembaga Zakat di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Madania*, Vol. 3, No. 9
- Fred R. David. (2011). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat
- Friedlander, Walter. A. (1980). *Introduction To Social Welfare*. Prentice Hall Inc. New York.
- Indah Dwi Utami. (2018). *Strategi Fundrasing Organisasi Wahana Kesejahteraan Sosial Berbasis Masyarakat (WKSBM) ”*, Skripsi mahasiswi jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Jones, Andrew . (1995) *Working in Human Services Organization, a Critical Introduction*. Australia : Longman.
- Joyce Young dkk. (2007). *Menggalang Dana Untuk Organisasi Nirlaba* (Jakarta: Ina Publikatama)
- Kettner, Daley & Nichols. (1995). *Iniziating Change in Organizations and Communities*. California : Brooks/Cole Publishing Company
- Kettner, Peter M. (2002). *Achieving Excellence in the Management of Human Service Organization*. Boston : Allyn and Bacon.
- Lendriyono, Fauzik. 2017. *Strategi Penguatan Organisasi Pelayanan Sosial Berbasis Keagamaan*. *Jurnal Sospol*, Vol 3 No 2.
- Miftahul Huda. (2012) *Pengelolaan Wakaf Dalam Perspektif Fundraising*, Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Muslim Aziz, (2008). *Metodologi Pengembangan Masyarakat*. Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Suka
- N. Oneng Nurul Bariyah. (2016) *Strategi Penghimpunan Dana Sosial Umat Pada Lembaga-Lembaga Fillantrofi di Indonesia (Studi Kasus Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid, Dompot Dhuafa Republika, BAZNAS, dan BAZIS DKI Jakarta)*. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta*, Vol. 1, No.1
- Norton, Michael. 2002. *Menggalang Dana: Penuntun bagi Lembaga Swadaya Masyarakat dan Organisasi Sukarela di Negara-Negara Selatan (Masri Maris, Penerjemah)* Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Rachmasari, Desi, dkk. (2016). *Strategi Fundraising : Konsep dan Implementasi*. Bandung: Unpad Pers.
- Raharjo, Santoso Tri. 2017. *Manajemen Relawan Pada Organisasi Pelayanan Sosial*. *Jurnal Sosiohumaniora*, Vol. 4, No. 3.
- Sargeant, Adrean. 2010. *Fundraising Principal and Practices*. Sans Fransisco: John Wiley & Sons, Inc. All rights reserved.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1961 tentang Pengumpulan Uang Atau Barang.