

**STRATEGI FUNDRAISING PAGUBUGAN CINTA SEDEKAH DAN  
PENDISTRIBUSIANNYA KEPADA MASYARAKAT PAGUBUGAN  
KECAMATAN BINANGUN KABUPATEN CILACAP**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk  
Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Oleh:**

**LULY AMELIA SETYANA  
NIM: 1817103025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH  
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Luly Amelia Setyana

NIM : 1817103025

Jenjang : S-1

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Manajemen Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Fundraising Pagubugan Cinta Sedekah Dan Pendistribusiannya Kepada Masyarakat Pagubugan Kecamatan Binangun Kabupaten Cilacap”** merupakan hasil dari karya/penelitian saya sendiri. Adapun yang bukan karya saya dalam penelitian ini, maka akan diberi tanda citasi dan tercantum dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari pernyataan yang saya buat tidak benar, maka saya bersedia untuk menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 23 September 2022

Saya yang menyatakan,



  
**Luly Amelia Setyana**  
NIM 1817103025

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth. Dekan Fakultas Dakwah

UN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Purwokerto

*Wa'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa:

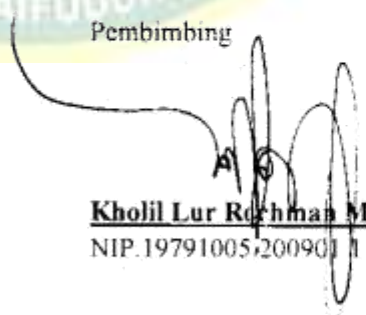
Nama : Luly Amelia Setyana  
NIM : 1817105025  
Fakultas : Dakwah  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Judul : **Strategi Fundraising Pagubugan Cinta Sedekah dan Pendistribusiannya Kepada Masyarakat Pagubugan Kecamatan Binangun Kabupaten Cilacap**

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Demikian, atas perhatian Bapak/Ibu, saya ucapkan terimakasih.

*Wa'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 23 September 2022

Pembimbing

  
**Kholil Lur Rohman M.Si**  
NIP.197910052009011013



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

**PENGESAHAN**

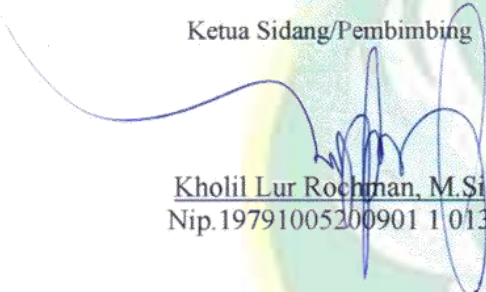
**Skripsi Berjudul**

**STRATEGI FUNDRAISING PAGUBUGAN CINTA SEDEKAH DAN  
PENDISTRIBUSIANNYA KEPADA MASYARAKAT PAGUBUGAN KECAMATAN  
BINANGUN KABUPATEN CILACAP**

Yang Disusun Oleh Luly Amelia Setyana NIM. 1817103025 Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Telah Diujikan Pada Kamis, 29 September 2022 Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Gelar **Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Manajemen Dakwah** Oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

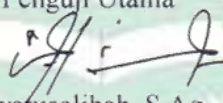
Ketua Sidang/Pembimbing

Sekretaris Sidang/Penguji II

  
Kholil Lur Rochman, M.Si  
Nip.19791005200901 1 013

  
Nurul Khotimah, M. Sos  
Nip. -

Penguji Utama

  
Uus Uswatusolihah, S.Ag., MA  
Nip. 19770304 20312 2 001

Mengesahkan,  
Purwokerto, 6-10-2022  
Dekan,

  
Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.  
NIP. 19691219 199803 1 001



**STRATEGI FUNDRAISING PAGUBUGAN CINTA SEDEKAH DAN  
PENDISTRIBUSIANNYA KEPADA MASYARAKAT PAGUBUGAN  
KECAMATAN BINANGUN KABUPATEN CILACAP**

**LULY AMELIA SETYANA**  
**1817103025**

**ABSTRAK**

Fundraising merupakan kegiatan menghimpun atau menggalang dana serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan. Dalam kegiatan penghimpunan fundraising, tentunya harus ada perencanaan sebelum melaksanakannya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Perencanaan tersebut sering disebut dengan strategi. Strategi adalah sebuah perencanaan jangka panjang yang memiliki tujuan maupun pencapaian tertentu akan tujuan dan sasaran tertentu. Pada dasarnya strategi merupakan sebuah alat untuk mencapai suatu tujuan. Strategi fundraising digunakan untuk menyusun cara terbaik dalam melakukan kegiatan penghimpunan dana dengan cara mempengaruhi, baik secara personal individu maupun kelompok masyarakat untuk mendapatkan simpati dan dukungan baik secara dana dan sumber daya lainnya agar mencapai tujuan yang diharapkan.

Salah satu lembaga amal sedekah yang menerapkan strategi fundraising adalah Pagubugan Cinta Sedekah, yang didirikan oleh para TKI. TKI yang dimaksud disini adalah mereka yang berasal dari desa Pagubugan. TKI selain berjasa bagi negara juga berjasa bagi masyarakat. Dimana mereka ingin mensejahterakan kaum dhuafa dan anak yatim seperti yang tercantum pada visi misi Pagubugan Cinta Sedekah.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana strategi Pagubugan Cinta Sedekah dalam menghimpun dana sedekah dan pendistribusiannya kepada masyarakat. Data-data yang terdapat dalam penelitian ini bersifat kualitatif dan diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari semua data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan metode analisis deskriptif kualitatif. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pagubugan Cinta Sedekah melakukan langkah awal strategi fundraising yaitu menetapkan tujuan dan target serta merumuskan strategi untuk mencapai tujuan dan target. Bentuk strategi fundraising yang dilakukan oleh Pagubugan Cinta Sedekah adalah *direct fundraising* dan *digital fundraising*. Sedangkan bentuk pendistribusian ada dua yaitu bantuan sesaat dan distribusi bersifat konsumtif tradisional. Untuk teori strategi fundraising dan pendistribusian tidak semuanya di terapkan di Pagubugan Cinta Sedekah. Seperti pada langkah-langkah yang dilakukan saat pendistribusian, Pagubugan Cinta Sedekah tidak melakukan evaluasi setelah program kerja dilaksanakan. Serta sumber daya yang diperlukan juga kurang berkompeten.

**Kata kunci:** Strategi Fundraising, Fundraising, Pagubugan Cinta Sedekah, TKI, Distribusi

## **MOTTO**

”Dari kenyataan, kita belajar yang namanya penerimaan dan perubahan. Dalam setiap proses menerima kenyataan, kita belajar yang namanya kesabaran dan bersyukur”



## PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim.*

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT. kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Mamak Kasiyah yang selalu bekerja tanpa mengenal waktu dan lelah, selalu berusaha mengais rezeki halal untuk kelangsungan hidup kita berdua dan menyekolahkanku. Semoga Allah memberikan panjang umur, kesehatan serta melimpahkan segala nikmat dan kasih-Nya untukmu. Kepada Almarhum Bapak Sudiman terimakasih atas segala kasih sayang yang engkau berikan. Semoga Allah menempatkanmu di surga Nya.
2. Kaka-kaka ku yang menyayangiku dan selalu menasehati serta menjagaku.
3. Untuk diriku sendiri yang sudah berjuang sampai di titik ini.
4. Almamater tercinta, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Sholawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penulisan skripsi ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosial Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dalam skripsi ini, penulis mengambil judul yaitu “Strategi Fundraising Pagubugan Cinta Sedekah Dan Pendistribusiannya Kepada Masyarakat Pagubugan Kecamatan Binangun, Cilacap”.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari banyak pihak yang ikut terlibat, oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. K.H. Abdul Basit, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Khusnul Khotimah, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Musta'in, M.Siselaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatussolihah, M.A., Selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Arsam M.S.I., selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.




8. Kholil Lur Rochman, M.Si., selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan bimbingan dan arahnya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik
9. Segenap dosen dan staff administrasi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Pengurus Pagubugan Cinta Sedekah dan narasumber yang bersedia memberikan informasi.
11. Teman-teman angkatan 2018 Manajemen Dakwah. Khususnya Amel, Desi, Ika, Indina, Mugi, Lia, Bayin, Oza, Pandu, Riski, Pele, terimakasih sudah saling membantu dan memberi canda tawa.
12. Teman-teman rumah, Fiqi, Indri, Anggi, Tika, Iffah terimakasih sudah mewarnai hari-hariku.
13. Tri Wijianto selaku pendengar setia keluh kesah saya.
14. Dani Nur Fadillah yang telah meringankan beban ku dirumah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
15. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tidak ada kata lain yang penulis ucapkan selain terimakasih atas segala doa dan bantuannya, semoga Allah SWT. memberikan nikmat yang seluas-luasnya kepada kalian semua.

*Aamiin.*

Purwokerto,

Penulis



**Luly Amelia Setyana**

NIM: 1817103025

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan dan Manfaat Riset.....	10
E. Telaah Pustaka .....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
A. Strategi Fundraising .....	15
1. Pengertian Strategi Fundraising .....	15
2. Langkah-Langkah Strategi .....	22
3. Bentuk Strategi Fundraising.....	23
B. Pendistribusian .....	30
1. Pengertian Pendistribusian.....	30
2. Langkah-Langkah Pendistribusian.....	33
3. Bentuk Distribusi .....	35
4. Sasaran Distribusi.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	45
1. Jenis Penelitian.....	45
2. Sumber Data.....	46

3. Subjek dan Objek Penelitian .....	47
4. Teknik Pengumpulan Data .....	47
5. Teknik Analisis Data .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
A. PCS (Pagubugan Cinta Sedekah).....	50
1. Sejarah Pagubugan Cinta Sedekah.....	50
2. Visi Misi Pagubugan Cinta Sedekah.....	51
3. Susunan Pengurus Pagubugan Cinta Sedekah .....	52
4. Program Kerja dan Kegiatan Pagubugan Cinta Sedekah.....	52
5. Strategi Fundraising Pagubugan Cinta Sedekah .....	55
6. Bentuk Strategi Fundraising.....	57
7. Langkah-Langkah Pendistribusian Pagubugan Cinta Sedekah.....	61
8. Bentuk Distribusi Pagubugan Cinta Sedekah .....	63
B. Analisis Data .....	65
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Banyaknya organisasi pelayanan sosial yang pada akhirnya menghentikan aktivitas organisasinya akibat kekurangan pendanaan. Hal ini biasanya disebabkan karena adanya ketergantungan pada donatur yang diakui selalu melewati titik tidak bisa kembali 100% setiap saat. Misalnya, ketergantungan kepada pemberi asing akan mempengaruhi melemahnya fleksibilitas kita sebagai sebuah negara. Contoh dari fenomena ini seperti yang dialami oleh organisasi pelayanan sosial. Dari data yang dihimpun oleh tim Public Interest Research and Advocacy (PIRAC) yang mengalami penurunan bantuan dana asing setiap tahunnya untuk menunjang program-programnya sehingga banyak organisasi pelayanan sosial yang memutuskan untuk gulung tikar. Fenomena seperti ini menunjukkan bahwa dalam organisasi sosial tidak dapat bekerja tanpa uang sehingga organisasi membutuhkan biaya atau dana untuk menjalankan program-program kerjanya.<sup>1</sup> Hal tersebut menunjukkan bahwa sebuah organisasi atau perusahaan perlu adanya kegiatan penghimpunan dana atau dapat disebut dengan fundraising. Fundraising sebagai salah satu kegiatan pendanaan yang mempunyai pengaruh dalam keberlanjutan sebuah organisasi.<sup>2</sup>

Maraknya aktivitas fundraising saat ini yang dilakukan oleh setiap organisasi sosial, yang memiliki strategi fundraising yang berbeda-beda. Seperti halnya strategi fundraising dengan analisis SWOT yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Nasional (Baznas) Pusat. Untuk itu strategi fundraising sangat diperlukan oleh setiap organisasi dengan memanfaatkan potensi dan sumber-sumber yang ada di organisasi tersebut. Sebelum melakukan kegiatan penggalangan dana, penting untuk mempertimbangkan

---

<sup>1</sup> Farah Tri Apriliani, "Inovasi Sosial Strategi Fundraising Sekolah Relawan," *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, Vol. 3, No. 2:Hal. 219-220.

<sup>2</sup> Yessi Rachmasari, Soni Akhmad Nulhaqim, Nurliana Cipta Apsari, "Penerapan Strategi Fundraising Di Save The Children Indonesia," *Social Work Jurnal*, Vol. 6, No. 1:Hal. 53.

kelayakan upaya dengan tujuan untuk memastikan bahwa organisasi dapat secara efektif menjalankan misinya. Strategi penggalangan dana dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam menentukan suatu organisasi atau lembaga. Hal ini dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan yang saat ini semakin berkembang.

Kondisi yang terjadi saat ini, organisasi pelayanan sosial dalam melakukan fundraising tidak ditunjang dengan strategi fundraising yang efektif. Hal ini diperkuat oleh penelitian Kilbey sebagai berikut: sekitar 65 sampai 75 persen dari organisasi yang disurvei telah tertulis dan jarang menggunakan strategi pendanaan yang baik.

Fundraising merupakan satu hal kegiatan yang sangat penting bagi sebuah lembaga atau sebuah organisasi sosial sebagai upaya untuk mendukung adanya sebuah program yang dijalankan dan sebuah program operasional yang sedang berjalan dimana untuk mencapai maksud dan tujuan tertentu. Dengan begitu peran fundraising sangat penting sebagai faktor pendukung lembaga dalam membiayai sebuah program serta kegiatan operasional sebuah lembaga. Fundraising berhubungan juga dengan kemampuan perorangan, organisasi, dan lembaga hukum dimana untuk mengajak serta mempengaruhi orang lain yang dapat menimbulkan kesadaran serta rasa kepedulian yang ada dalam diri masing-masing. Dalam hal seperti ini seharusnya sebuah lembaga perlu membangun adanya etika sebuah fundraising yang mengacu pada misi sebuah lembaga. Proses fundraising sendiri tidak juga identik dengan uang saja dapat berupa barang ataupun jasa yang pengaruhnya sangat berarti bagi eksistensi sebuah lembaga.<sup>3</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut, strategi fundraising yang dilakukan oleh organisasi dalam kegiatan fundraising perlu hendaknya disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan dari organisasi masing-masing. Strategi fundraising diperlukan oleh organisasi dalam melakukan kegiatan fundraising untuk menciptakan cara penggalangan dana yang berbeda agar memudahkan

---

<sup>3</sup> Siti Mas'ula, "Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Lembaga Zis (Zakat, Infaq, Sedekah) Dan Waqof" (Sidoarjo., Universitas Muhammadiyah, 2020:Hal. 1.

para donatur yang ingin berdonasi. Berbagai bentuk yang dilakukan oleh organisasi untuk menciptakan strategi fundraising yang efektif untuk menarik simpatisan para donatur.<sup>4</sup>

Strategi dapat membuat organisasi, komunitas maupun perusahaan lebih kompetitif dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta untuk membangun, mempertahankan dan menjaga citra lembaga. Dengan menerapkan strategi dapat membantu setiap organisasi dalam perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan secara utuh. Dengan begitu, perusahaan dapat menerapkan cara terbaik untuk menghadapi peluang dan tantangan.

Banyak sekali lembaga amal (filantropi) berbasis keagamaan yang menerapkan strategi fundraising untuk memudahkan bagaimana cara menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun pendukung, membangun citra lembaga dan memberikan kepuasan pada donatur. Hal tersebut harus dirumuskan secara detail dan tepat. Salah satu lembaga yang menggunakan strategi dalam penghimpunan dana adalah Lembaga Amil Zakat Kabupaten Jember. Lembaga yang bergerak dibidang pengelolaan zakat, infak dan sedekah. Mereka menerapkan strategi fundraising dalam meningkatkan perolehan dana zakat.<sup>5</sup>

Di kabupaten Cilacap sendiri, terdapat banyak perkumpulan Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Berawal dari mengadu nasib di negara orang dengan latar belakang yang sama, membantu perekonomian keluarga dan berusaha mensejahterahkan keluarga. Rata-rata penduduk pesisir pantai Cilacap bekerja di luar negeri baik itu laki-laki maupun perempuan. Bahkan setiap dari mereka membuat perkumpulan di luar negeri dengan saudara seperjuangan mereka dari desa masing-masing. Salah satu perkumpulan TKI dari Desa Pagubugan memiliki keunikan tersendiri. Di mana banyak komunitas TKI dari desa yang

---

<sup>4</sup> Yessi Rachmasari, Soni Akhmad Nulhaqim, Nurliana Cipta Apsari, "Penerapan Strategi Fundraising Di Save Thechildren Indonesia," *Social Work Jurnal*, Vol. 6, No. 1:Hal 53.

<sup>5</sup> Audina Amalia Syafira, "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat (Laz) Azka Al-Baitul Amien Kabupaten Jember," (Jember, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2022)

hanya menjadikan komunitas tersebut untuk “sambung sedulur” sesama pejuang dari desa mereka. Dari sini lah terbentuknya komunitas keagamaan sosial yang di bentuk sendiri oleh para pejuang rupiah di negeri orang untuk memberdayakan masyarakat yang membutuhkan. Mereka tidak hanya berjuang untuk diri mereka dan keluarga mereka yang dirumah, namun mereka memiliki kepedulian sosial yang tinggi.<sup>6</sup>

Sejarah Pagubugan Cinta Sedekah adalah berawal dari perkumpulan para TKI (Tenaga Kerja Indonesia) di Hongkong yang berasal dari desa Pagubugan wetan dan Pagubugan kulon, Kecamatan Binangun, Kabupaten Cilacap yang menggunakan waktu libur untuk berkumpul dengan sesama rekan dari desa. Mereka memiliki inisiatif untuk mengumpulkan infaq dan membuat kegiatan sosial keagamaan. Melihat banyaknya warga pagubugan yang masih kurang mampu atau bisa dibilang miskin, mereka tergerak untuk membantu fakir miskin serta santunan anak yatim di Desa Pagubugan dan masyarakat luas lainnya. Lambat laun perkumpulan tersebut menjadi semakin banyak anggota dan banyak donatur yang tergerak untuk menyisakan sedikit hartanya untuk sedekah. Sehingga para anggota pun berdiskusi untuk membuat struktur organisasi dan menghubungi pemerintah Desa Pagubugan wetan dan Pagubugan kulon untuk merekrut anggota dari desa, agar tidak hanya yang diluar negeri saja. Pemerintah Desa Pagubugan wetan dan Pagubugan kulon. Hal tersebut disambut baik oleh pemerintah desa. Pada tanggal 5 Januari 2016 diresmikannya komunitas sosial keagamaan dengan nama Pagubugan Cinta Sedekah. Setelah diresmikan, para anggota baik diluar negri maupun didesa bekerja sama dengan baik, yang di rumah ditugaskan untuk mengumpulkan data-data anak yatim, dan fakir miskin. Lalu diadakannya banyak program kerja, tidak hanya santunan dan bantuan sosial, PCS juga sering mengadakan acara pengajian baik di Luar Negeri maupun didesa.

Proses pengumpulan dana yang dilakukan oleh pengurus PCS secara umum sudah berjalan dengan baik dan inovatif, meskipun masih ada beberapa

---

<sup>6</sup> Hasil Wawancara Dengan Pak Mudasir, Di Rumah Beliau, Tanggal 3 Januari 2022.

halangan dan tantangan yang dihadapi. Proses pengumpulan dana sedekah dilakukan dengan cara menggunakan metode silaturahmi via grup wa alumni mantan TKI yang berasal dari desa Pagubugan wetan dan Pagubugan kulon. Selain metode silaturahmi via grup wa, PCS juga mempunyai akun media sosial facebook untuk membagikan seluruh kegiatan PCS dimana hal ini sangat penting untuk dokumentasi dan bukti pertanggung jawaban PCS dengan dana sedekah untuk kesejahteraan sasaran atau target yaitu kaum dhuafa, yatim piatu dan lain-lain.<sup>7</sup>

Pengumpulan dana juga dibagikan melalui media sosial yaitu open donasi, selain usaha open donasi tersebut PCS juga memiliki donatur tetap yaitu para TKI yang berasal dari Pagubugan wetan dan Pagubugan kulon. Dana terbanyak pada saat awal tahun pembentukan komunitas ini sejumlah 100 juta rupiah. Dana tersebut digunakan untuk pelaksanaan program kerja pertamanya yaitu mengadakan acara pengajian KH. Syakirun (KIRUN CS) di Desa Pagubugan untuk masyarakat umum. Tahun kedua dana donasi semakin bertambah, mengingat desa Pagubugan belum mempunyai fasilitas kendaraan umum untuk warga desa nya, sehingga PCS menggunakan donasi pada tahun kedua untuk membeli mobil fasilitas umum masyarakat. Adapun program kerja lainnya selama ini masih berulang dan ada juga yang belum terealisasi seperti kegiatan untuk pendidikan. Kegiatan untuk pendidikan saat itu masih hanya sekedar memberikan peralatan sekolah kepada anak yang tidak mampu. Kegiatan yang belum terealisasi adalah pemberian beasiswa untuk anak yang tidak mampu. Selain program pendidikan, ada juga program bantuan pengobatan, dan kegiatan sosial lainnya. Program bantuan pendidikan diberikan dalam bentuk uang dari hasil fundraising secara tidak langsung yaitu di jejaring sosial dan via transfer. Sedangkan kegiatan sosial sebagai program rutin tahunan, yaitu berbagi bingkisan sembako kepada para dhuafa dan lansia. Kegiatan sosial terakhir tahun 2021 kemarin Pagubugan

---

<sup>7</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Tarmi, Di Rumah Beliau, Tanggal 4 Januari 2022.



Cinta Sedekah (PCS) membagikan sebanyak 200 bingkisan bagi dhuafa dan lansia di wilayah Desa Pagubugan Wetan dan Pagubugan Kulon.<sup>8</sup>

PCS juga pernah berkolaborasi dengan GP Anshor Pagubugan pada program bedah rumah dalam waktu 7 hari pada awal bulan November 2020. Rumah tersebut adalah rumah milik kyai Mad Rohman atau sering di sebut Mad Sapon. Beliau adalah imam musholla An-Nur Jl. Rancah Desa Pagubugan Wetan. Melihat kondisi rumah beliau sudah tidak layak huni, seperti mau roboh. Saat hujan deras datang, rumah tersebut banjir dan rumah tersebut di huni sebanyak 9 orang serta ada yang masih bayi. GP Anshor menggandeng Pagubugan Cinta Sedekah untuk mengajak kepada seluruh masyarakat membantu dalam hal kemanusiaan dalam hal apapun, bisa berupa uang, material bangunan, do'a dan tenaga. Fundraising yang dilakukan oleh kolaborasi dua organisasi ini adalah membuat "Proposal Permohonan Bantuan Dana Bedah Rumah Tidak Layak Huni".<sup>9</sup> Kemudian proposal dishare di jejaring sosial facebook GP Anshor bersama akun facebook Pagubugan Cinta Sedekah (PCS). Lalu disediakan nomor rekening untuk menampung dana yang masuk. Dengan adanya pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi sumber daya dan dana merubah secara drastis metode menyumbang masyarakat. Seluas mungkin, kapanpun, dimanapun semua orang bisa memberikan sumbangan dan dukungannya, meski dalam bentuk klik, donasi uang, kerelawanan dan sebagainya. Bahkan pada masa kini, menggalang sumberdaya di internet merupakan tambang emas baru yang luarbiasa. Selain itu, para fundraiser juga menggunakan metode oor-to-door. Para donatur memiliki kecenderungan untuk memberikan sumbangannya melalui metode ini, mereka didatangi secara langsung secara langsung, terjadwal atau melalui perjanjian pertemuan tertentu. Selain dimotivasi karena permintaan, orang menyumbang melalui metode ini juga dimotivasi karena merasa dibutuhkan dukungannya. Dari program ini Pagubugan Cinta Sedekah (PCS) sudah melakukan metode fundraising secara langsung dengan oor-to-

---

<sup>8</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Rustinah, Di Rumah Beliau, Tanggal 17 Februari 2022.

<sup>9</sup> Hasil Wawancara Dengan Pak Mudasir, Di Rumah Beliau, Tanggal 3 Januari 2022.

door (dari pintu ke pintu), untuk mengambil barang atau uang yang akan dishadaqahkan. Selain itu, Pagubugan Cinta Sedekah juga menyediakan kotak amal yang ditempatkan di warung-warung sekitar pagubugan. Serta memanfaatkan media sosial dalam menghimpun dana yaitu menggunakan jejaring sosial facebook. Di facebook Pagubugan Cinta Sedekah menyampaikan maksud dan tujuan serta mencantumkan nomer rekening.<sup>10</sup> Hal tersebut berguna untuk memudahkan donatur dalam menyumbangkan sebagian hartanya untuk dibagikan kepada yang lebih membutuhkan.

Untuk meraih hasil yang maksimal dalam pengumpulan dana sedekah yang tentunya akan disalurkan kembali kepada yang berhak menerimanya, maka menjadi suatu tanggung jawab tersendiri bagi Pagubugan Cinta Sedekah (PCS) agar aktifitas fundraising dikelola manajerial yang baik dan profesional.<sup>11</sup> Seperti di komunitas sosial keagamaan Pagubugan Cinta Sedekah, para pengurus dan anggotanya menerapkan manajemen fundraising sebelum melaksanakan bantuan sosial, santunan anak yatim ataupun mengadakan acara majlis taklim. Dapat dilihat dari 2016 sampai sekarang terbukti bahwa Pagubugan Cinta Sedekah telah memanajerial dana sedekah dengan baik dan menghimpun dana dengan bermacam metode. Untuk melaksanakan program kerja mereka mengelola dana dengan cermat agar dapat bermanfaat dan tepat kepada sasaran. Selain itu Pagubugan Cinta Sedekah juga sudah memiliki fasilitas kendaraan umum satu buah mobil Suzuki APV. Yang di beli di tahun kedua terbentuknya komunitas Pagubugan Cinta Sedekah. Dimana mobil tersebut akan digunakan untuk jasa antar jemput lansia yang sakit atau kebutuhan mendesak lainnya.<sup>12</sup> Salah satu keunikan yang dimiliki Pagubugan Cinta Sedekah adalah komunitas ini bisa berdiri dan berjalan dengan kerja keras para TKI dan TKW yang berpendidikan rendah tapi bisa membangun Pagubugan Cinta Sedekah yang berhasil. Untuk mengetahui bagaimana manajemen fundraising terhadap

---

<sup>10</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Tarmi, Via Whatsapp, Tanggal 16 Februari 2022.

<sup>11</sup> Azhar Lujjatul Widad, "Manajemen Fundraising Lembaga Amil Zakat Mizan Amanah Bintaro" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014)

<sup>12</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Tarmi, Via Whatsapp, Tanggal 16 Februari 2022.

kegiatan sosial keagamaan dan pengelolaan dana yang di terapkan oleh Pagubugan Cinta Sedekah, maka penelitian ini dituangkan dalam tulisan Skripsi yang berjudul ***“Strategi Fundraising Pagubugan Cinta Sedekah (PCS) dan Pendistribusiannya Kepada Masyarakat Desa Pagubugan Kecamatan Binangun Kabupaten Cilacap”***.

## **B. Penegasan Istilah**

Definisi konseptual dan operasional ini dimaksudkan untuk meminimalisir terjadinya kesalahpahaman dalam pembahasan masalah penelitian dan untuk memfokuskan kajian pembahasan sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, maka definisi konseptual dan operasional ini adalah:

### **1. Strategi Fundraising**

Rangkuti mengemukakan, strategi adalah alat untuk mencapai tujuan.<sup>13</sup> Bagaimana langkah-langkah atau cara untuk memperoleh suatu tujuan tertentu sehingga tujuan dapat dieksekusi dengan benar. Strategi juga bisa dikatakan perencanaan untuk menggerakkan sesuatu dengan harapan memperoleh hasil yang diinginkan.

Sedangkan fundraising adalah penggalangan dana atau penghimpunan dana dari masyarakat, individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.<sup>14</sup>

Hamid Abidin berpendapat bahwa strategi fundraising merupakan suatu alat analisis untuk mengenali sumber pendanaan yang potensial, metode fundraising dan mengevaluasi kemampuan organisasi dalam memobilitas sumber dana.<sup>15</sup> Secara lebih sederhana, strategi fundraising merupakan sederetan tahapan mulai dari formulasi, implementasi dan evaluasi strategi.

---

<sup>13</sup> Asep Sudarman, “Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat Maal” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 1, 2018, Hal. 45.

<sup>14</sup> Didin Hanifudin Dan Ahmad Juwaeni, *Membangun Peradaban Zakat*, (Jakarta : Imz, 2006), 47.

<sup>15</sup> Hamid Abidin Dkk, *Membangun Kemandirian Perempuan, Potensi Dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, Serta Strategi Penggalangannya*, (Depok: PIRAMEDIA, 2009), Hal. 134.

## 2. PCS (Pagubugan Cinta Sedekah)

Pagubugan Cinta Sedekah atau PCS adalah suatu komunitas sosial yang memiliki visi mengelola sedekah serta membantu dhuafa dan mensejahterakannya agar barokah, secara Amarah, Transparan, Profesional, dan Istiqomah. Pagubugan Cinta Sedekah memiliki tujuan mempersatukan warga Pagubugan wetan dan Pagubugan kulon dalam kegiatan ibadah dan sedekah serta sosial keagamaan.

## 3. Pendistribusian

Secara bahasa, distribusi berasal dari bahasa Inggris *distribution* yang berarti penyaluran dan pembagian, yaitu penyaluran, pembagian atau pengiriman barang atau jasa kepada beberapa orang atau tempat. Distribusi adalah suatu proses penyaluran atau penyampaian barang atau jasa dari produsen pada konsumen dan pemakai. Penyaluran barang atau jasa kepada konsumen dan pemakaiannya mempunyai beberapa peran penting dalam kegiatan produksi dan konsumsi.<sup>16</sup>

Sedangkan menurut Philip Kotler distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa yang siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Dalam hal ini distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan (membagikan, mnengirimkan) kepada orang atau keberapa tempat.<sup>17</sup>

Dalam penelitian ini, pendistribusian yang dimaksud adalah penyaluran dana sedekah kepada orang yang berhak menerima (mustahik) baik secara konsumtif ataupun produktif dengan tujuan agar kesejahteraan mustahik meningkat.

---

<sup>16</sup> Idri, *Hadis Ekonomi Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), Hal. 128.

<sup>17</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, Cet. Ke-5, 2001, Hal. 185.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi fundraising penghimpunan dana yang dilakukan oleh Pagubugan Cinta Sedekah (PCS)?
2. Bagaimana pendistribusian dana sedekah yang diterapkan oleh Pagubugan Cinta Sedekah (PCS)?

### **D. Tujuan dan Manfaat Riset**

#### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bentuk strategi fundraising apa yang digunakan dalam menghimpun dana oleh Pagubugan Cinta Sedekah (PCS).
- b. Untuk mengetahui apakah pendistribusian dana Pagubugan Cinta Sedekah (PCS) sudah tepat pada sasaran atau belum.

#### 2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat diantaranya adalah:

##### a. Manfaat secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat menambah pemahaman atau peningkatan dalam hal manajemen fundraising.

##### b. Manfaat secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai model pengelolaan fundraising oleh masyarakat, ormas, organisasi mahasiswa, dll khususnya bagi para komunitas sosial keagamaan serta komunitas sosial umum.

### **E. Telaah Pustaka**

Tinjauan pustaka merupakan uraian singkat tentang hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tentang masalah-masalah yang sejenis, sehingga diketahui secara jelas posisi dan kontribusi peneliti. Selain

itu juga berupa buku yang telah diterbitkan. Tinjauan pustaka ini berfungsi sebagai dasar otentik tentang orisinalitas atau keaslian penulis.

Sebelum penelitian ini dilakukan, memang sudah ada penelitian-penelitian yang sejenis, akan tetapi dalam hal tertentu penelitian ini menunjukkan perbedaan. Berikut ini di antara penelitian sebelumnya yang dapat penulis dokumentasikan sebagai tinjauan pustaka:

Skripsi Muhammad Anggi Syahrullah yang berjudul “Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Pusat”. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi 2018. Membahas mengenai penerapan strategi fundraising untuk dapat meningkatkan kepercayaan muzakki. Dari lembaga tersebut Muhammad Anggi menulis bahwa strategi yang di gunakan adalah strategi SWOT untuk mempengaruhi para muzakki agar muzakki bertambah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan strategi fundraising di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) pusat. Penelitian ini merupakan penelitian pendekatan kualitatif dengan jenis metode deskriptif, yaitu metode masalah yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan atau memotret situasu yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam.<sup>18</sup> Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu selain objeknya berbeda, fokus penelitian pun berbeda. Muhammad Anggi hanya fokus pada strategi fundraisingnya saja, sedangkan penelitian saya berfokus pada strategi fundraising dan pendistribusian dana sedekah di komunitas PCS (Pagubugan Cinta Sedekah).

Skripsi Hanifah Hikmawati yang berjudul “Strategi Fundraising Filantropi Islam: Pengalaman Dompot Dhuafa Jogja”. Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi 2015. Penelitian ini membahas tentang strategi filantropi Islam dompet dhuafa Yogyakarta yang terdiri dari empat aspek yaitu identifikasi calon donatur, penggunaan metode fundraising, pengelolaan dan penjagaan donatur, serta monitoring dan evaluasi

---

<sup>18</sup> Muhammad Anggi Syahrullah, “Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat” (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2018)

strategi fundraising. Pentingnya melakukan fundraising yang berdampak dalam meningkatkan dukungan atau simpati dari donatur, serta peningkatan perolehan donasi. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif.<sup>19</sup> Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian saya adalah, penelitian ini fokus pada strategi, peluang, dan tantangan, serta dampak fundraising filantropi Islam. Sedangkan penelitian saya fokus pada strategi fundraising dan pendistribusiannya saja.

Skripsi Nurul Sholeh Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam tahun 2016 yang berjudul “Strategi Penghimpunan Dan Penyaluran Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Al Ihsan Jawa Tengah (Lazis Jateng) Cabang Kota Semarang”. Hasil dari penelitian tersebut adalah strategi pengumpulan dana zakat pada Lembaga Amil Zakat Al Ihsan Jawa Tengah menggunakan strategi sosialisasi, melalui produk penghimpunan dana zakat, menjalin kerjasama, serta menjalin komunikasi dengan baik. Sedangkan penyaluran dana zakat yang dilakukan bersifat produktif dan konsumtif.<sup>20</sup> Selain objeknya yang berbeda, perbedaan penelitian saya dengan penelitian Nurul sholeh juga terdapat pada jenis strategi yang digunakan dan pendistribusiannya. Strategi yang dilakukan Lembaga Amil Zakat Al Ihsan Jawa Tengah dalam menghimpun dana adalah strategi sosialisasi, melalui produk penghimpunan dana zakat, menjalin kerjasama, serta menjalin komunikasi dengan baik. Sedangkan objek yang saya teliti menggunakan strategi penghimpunan dana secara langsung dan digital fundraising. Begitupun dalam pendistribusian atau penyaluran dana nya keduanya terdapat perbedaan. Penyaluran dana yang dilakukan Lembaga Amil Zakat Al Ihsan Jawa Tengah bersifat produktif dan konsumtif. Sedangkan pendistribusian atau penyaluran dana yang dilakukan Pagubugan Cinta Sedekah adalah jenis pendistribusian bersifat konsumtif tradisional dan bantuan sesaat.

---

<sup>19</sup> Hanifah Hikmawati, “Strategi Fundraising Filantropi Islam: Pengalaman Dompot Dhuafa Jogja” (Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2015)

<sup>20</sup> Nurul Sholeh, “Strategi Penghimpunan Dan Penyaluran Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Al Ihsan Jawa Tengah (Lazis Jateng) Cabang Kota Semarang” (Purwokerto, IAIN Purwokerto, 2016)

Jurnal penelitian Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, dan Ibdalsyah Universitas Ibn Khaldun Bogor 2022 yang berjudul “Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat”. Penelitian ini membahas tentang Lembaga Amil Zakat Global Zakat yang menghimpun dana dengan menerapkan matriks strategi SWOT dan metode digital fundraising. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif.<sup>21</sup> Perbedaan yang sangat signifikan disini adalah selain objeknya yang berbeda, fokus utama penelitian penulis disini adalah metode fundraisingnya. Dimana dalam penelitian Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, dan Ibdalsyah hanya fokus pada satu metode fundraising, sedangkan penelitian yang saya buat tidak hanya memfokuskan pada satu bentuk fundraising namun menjelaskan ada beberapa bentuk fundraising.

Jurnal penelitian Atik Abidah Jurnal Kodifikasi 2016 yang berjudul “Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo” Penelitian ini menganalisis strategi fundraising yang diterapkan oleh LAZ lokal yang mengandalkan sistem tradisional dan LAZ nasional dalam meningkatkan pengumpulan maupun pendistribusian Zakat, Infak dan Sedekah di Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo.<sup>22</sup> Adapun perbedaan penelitian Atik Abidah dengan penelitian ini selain berbeda objeknya, Atik Abidah juga menganalisis beberapa Lembaga Amil Zakat sedangkan penelitian ini hanya fokus pada satu komunitas sosial.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk terbentuknya penulisan yang baik, maka diperlukan sistematika pembahasan. Serta untuk lebih mudah mengetahui isi dari penelitian ini.

---

<sup>21</sup> Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, Ibdalsyah, “Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1, 2022.

<sup>22</sup> Atik Abidah, “Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo,” *Jurnal Kodifikasi*, Vol. 10, No. 1, 2016.



**BAB I Pendahuluan**

Terdiri dari Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Teori dan Sistematika Pembahasan.

**BAB II Landasan Teori**

Bab ini menjelaskan mengenai Pengertian Strategi Fundraising, Langkah-Langkah Strategi, Bentuk-Bentuk Strategi Fundraising, Pengertian Pendistribusian, Langkah-Langkah Pendistribusian, Bentuk Distribusi, Sasaran Distribusi.

**BAB III Metode Penelitian**

Terdiri dari: Jenis dan Pendekatan Penelitian, Sumber Data, Subjek dan Objek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data

**BAB IV Hasil Penelitian**

Pada bab ini dibahas mengenai gambaran mengenai Pagubugan Cinta Sejarah yang menceritakan Sejarah Pagubugan Cinta Sedekah, menyebutkan Visi Misi Pagubugan Cinta Sedekah, Struktur Kepengurusan serta Program-Program Kerja yang dilakukan dalam pendistribusian dana sedekah. Selain itu pada bab ini juga membahas mengenai Strategi Pagubugan Cinta Sedekah, Bentuk Strategi Pagubugan Cinta Sedekah, Langkah Pendistribusian Pagubugan Cinta Sedekah, Bentuk Pendistribusian Pagubugan Cinta Sedekah dan Analisis Data

**BAB V Penutup**

Bab ini terdiri dari Kesimpulan dan Saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi fundraising

##### 1. Pengertian Startegi Fundraising

Strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang berarti jenderal. Strategi mulanya berawal dari peristiwa peperangan, muncullah strategi sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi maupun komunitas sosial.<sup>23</sup>

Strategi dapat diartikan sebagai sebuah langkah penting atau kebijakan pokok perusahaan atau organisasi.<sup>24</sup> Strategi adalah cara, alat, keputusan dan tindakan yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan dengan membuat setiap bagian dari sebuah organisasi yang luas menjadi satu.<sup>25</sup>

Menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) tahun 2007, strategi dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dari perang dan perdamaian
- 2) Ilmu dan seni memimpin bela negara untuk menghadapi musuh dalam perang, untuk mendapatkan kondisi yang menguntungkan
- 3) Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus
- 4) Tempat yang baik menurut siasat perang<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup>Rafiudin Dan Manna Abdul Djaliel, *Prinsip Dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), Hal. 76.

<sup>24</sup> Aang Kunaifi, *Manajemen Pemasaran Syariah: Pendekatan Human Spirit*, (Yogyakarta: Maghza Pustaka, 2016), Hal. 145.

<sup>25</sup> Abdul Rivai Dan Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), Hal 6.

<sup>26</sup> Rizky Akbar, "Strategi Pengumpulan Dan Pendistribusian Zakat Infak Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Cabang Medan" (Medan: UIN Sumatera Utara, 2020)

Adapun para ahli menyampaikan definisi tentang strategi sebagai berikut:

- 1) Menurut Fred R. David, strategi adalah rencana yang bagus untuk sukses.<sup>27</sup> Pengertian ini menjelaskan bahwa sebuah perencanaan apabila telah tersusun rapi, tetapi jika rencana tidak sistematis dan berjalan tidak terarah, maka kesuksesan tidak akan pernah dicapai.<sup>28</sup>
- 2) Menurut Sondang Siagian, strategi adalah cara terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia sesuai dengan tuntutan perubahan lingkungan.<sup>29</sup>
- 3) Menurut Prof. Dr. A. M. Kardiman, Strategi adalah penentuan tujuan utama yang berjangka panjang dan sasaran dari suatu perusahaan atau organisasi serta pemilihan cara-cara bertindak dan mengalokasikan sumber daya-sumber daya yang diperlukan untuk tujuan tersebut.<sup>30</sup>
- 4) Menurut Onong Uchana Effendi, strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan.<sup>31</sup>
- 5) Menurut Quinn, strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan.

---

<sup>27</sup> Fred R. David, *Strategi Management Concepts And Cases*, (America, 2009), Hal. 37.

<sup>28</sup> Asma'ul Khoiriyah, "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Sarana Prasarana Pendidikan Di Muhammadiyah Broading School (Mbs) K.H. Ahmad Dahlan Ungaran" (Semarang: UIN Walisongo, 2019), Hal.35.

<sup>29</sup> Sondang Siagian, *Analisis Serta Perumusan Kebijaksanaan Dan Strategi Organisasi* (Jakarta: Pt. Gunung Agung, 1986), Cet. Ke-2, Hal. 17.

<sup>30</sup> A. M. Kardiman, *Pengantar Ilmu Manajemen* (Jakarta: Pron Hallindo T, T), Hal. 58.

<sup>31</sup> Onong Uchana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 1999), Hal. 32.

Selain definisi strategi diatas, adapun rumusan komprehensif atau secara menyeluruh tentang strategi sebagai berikut:

- a. Suatu pola keputusan yang konsisten, menyatu dan integral.
- b. Menentukan dan menampilkan tujuan organisasi dalam pengertian sasaran jangka panjang, program bertindak, dan prioritas alokasi sumber daya.
- c. Menyeleksi bidang yang akan dilakukan atau akan dilaksanakan organisasi.
- d. Mencoba mendapatkan keuntungan yang mampu bertahan lama, dengan memberikan respon yang tepat terhadap peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal organisasi dan kekuatan serta kelemahannya.
- e. Melibatkan semua tingkat hierarki dari organisasi.<sup>32</sup>

Dari pengertian-pengertian dari para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa strategi sendiri adalah menentukan cara terbaik atau suatu perencanaan jangka panjang yang disusun dalam melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan yang diharapkan dengan memperhatikan segala kemungkinan yang terjadi dan mempersiapkan potensi semaksimal mungkin. Strategi sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi: tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi perusahaan maupun organisasi.<sup>33</sup>

Fundraising dalam bahasa inggris diterjemahkan sebagai “penggalangan dana”. Fundraising adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan atau lembaga, komunitas supaya

---

<sup>32</sup> Rizky Akbar, “Strategi Pengumpulan Dan Pendistribusian Zakat Infak Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Cabang Medan” (Medan: UIN Sumatera Utara, 2020)

<sup>33</sup> Erik Juliansyah, “Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi,” *Jurnal Ekonomak*, Vol. 3, No. 2, Agustus 2017, Hal. 21.

menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.<sup>34</sup> Kata mempengaruhi masyarakat mempunyai banyak arti yaitu: pertama, memberitahukan masyarakat tentang seluk beluk keberadaan lembaga, komunitas ataupun organisasi sosial. Pemberitahuan keberadaan lembaga ataupun komunitas dan organisasi menjadi hal penting dalam menambah jumlah donatur. Karena semakin baik cerita tentang lembaga atau komunitas tersebut, maka semakin meningkat pula kepercayaan donatur terhadap lembaga atau komunitas tersebut. Kedua, mempengaruhi juga bermakna mengingatkan dan menyadarkan. Menyadarkan bahwa sebagian harta mereka terdapat hak-hak anak yatim dan hak fakir miskin. serta adanya hadist shahih At-Tirmidzi yang mengatakan “Sedekah dapat menghapus dosa sebagaimana air memadamkan api.” Ketiga, mempengaruhi juga berarti mendorong masyarakat, lembaga, individu untuk menyerahkan sumbangan dana baik berupa uang maupun jasa kepada lembaga atau komunitas terkait. Keempat, mengartikan fundraising sebagai proses mempengaruhi masyarakat, artinya merayu memberikan gambaran tentang bagaimana proses kerja, program dan kegiatan sehingga menyentuh dasar-dasar nurani seseorang.<sup>35</sup> Adapun tujuan dari fundraising adalah: menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan dan pendukung, membangun citra lembaga, dan memuaskan donatur.<sup>36</sup>

Dari penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa fundraising adalah sebuah cara untuk mempengaruhi masyarakat agar mau mengeluarkan sedikit penghasilannya untuk melakukan amal kebajikan dalam bentuk pemberian dana atau sumber daya lainnya yang bernilai dan bermanfaat, untuk diberikan kepada masyarakat yang berhak menerimanya.

---

<sup>34</sup> April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Teras, 2009), Hal.11.

<sup>35</sup> Ita Ruffyati, “Manajemen *Fundraising* Di Baitul Maal Hidayatullah (Bmh) Yogyakarta” (Yogyakarta, Uin Sunan Kalijaga, 2018), Hal. 18-19.

<sup>36</sup> Ika Nurjannah, “Fundraising Dan Pendistribusian Di Organisasi Sedekah Beras Semarang” (Semarang: UIN Walisongo, 2020)

Fundraising dipahami sebagai upaya proses mempengaruhi masyarakat baik perorangan, masyarakat, individu maupun instansi dan lembaga agar menyalurkan dana kepada sebuah organisasi atau komunitas. Fundraising dalam bahasa Inggris diterjemahkan sebagai “penggalangan dana”. Fundraising adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan atau lembaga, komunitas supaya menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.<sup>37</sup> Fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq, dan sadaqah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.<sup>38</sup>

Adapun tujuan dari fundraising itu yang pertama dan utama yaitu menghimpun dana, dimana pengertian dana disini adalah barang atau jasa yang memiliki nilai material. Inilah sebab awalnya mengapa fundraising itu dilakukan. Bahkan bisa dikatakan bahwa fundraising yang tidak menghasilkan dana adalah fundraising yang gagal, meskipun memiliki bentuk penghasilan lainnya. Karena pada akhirnya apabila fundraising tidak menghasilkan dana maka tidak ada sumber daya yang dihasilkan. Apabila sumber daya sudah tidak ada, maka sebuah lembaga akan kehilangan kemampuan akan mati.

Kedua, tujuan dari fundraising adalah menghimpun donatur. Lembaga yang akan melakukan fundraising harus terus menambah jumlah donaturnya. Untuk menambah donasi dari setiap donator adalah cara yang relatif lebih mudah dari pada menaikkan jumlah donasi pada setiap donatur.

Yang ketiga, tujuannya untuk menghimpun simpatisan dan pendukung. Kadang kala ada seseorang atau kelompok orang telah berinteraksi dengan aktifitas fundraising yang telah dilakukannya sebuah lembaga. Mereka kemudian berkesan, menilai positif dan bersympati.

---

<sup>37</sup> April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Teras, 2009), Hal.11.

<sup>38</sup> Didin Hanifudin Dan Ahmad Juwaeni, *Membangun Peradaban Zakat*, (Jakarta : Imz, 2006), 47.

Akan tetapi pada saat itu mereka tidak memiliki kemampuan untuk memberikan sesuatu, misal dana sebagai donasi ketidak mampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok yang seperti ini akan berusaha mendukung lembaga pada umumnya dan secara natural bersedia menjadi promotor atau informan positif tentang lembaga kepada orang lain. Kelompok seperti ini juga diperlukan oleh lembaga sebagai pemberi informal kepada setiap orang yang memerlukan. Dengan adanya kelompok simpatisan dan pendukung, maka lembaga memiliki jaringan informal yang sangat menguntungkan.

Fundraising juga bertujuan untuk membangun citra lembaga, fundraising adalah garda terdepan yang menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi akan membentuk citra lembaga dengan bentuk layak. Citra ini bisa berbentuk positif, bisa pula berbentuk negatif. Dengan citra ini setiap orang akan mempersepsi lembaga. Jika citra lembaga positif, maka mereka akan mendukung, bersimpati dan akhirnya menjadi member donasi. Dan sebaliknya, jika citra lembaga bersifat negatif, maka mereka akan menghindari,antisipasi dan mencegah orang untuk melakukan donasi.

Tujuan yang terakhir adalah memuaskan donatur, tujuan ini bernilai jangka panjang meskipun kegiatan-kegiatan secara teknik dilakukan sehari-hari. Memuaskan donatur menjadi hal yang penting karena jika donatur puas, maka mereka akan menceritakan lembaga kepada orang lain secara positif. Dan hal tersebut secara tidak langsung menjadikan donatur sebagai fundraiser alami tanpa diminta, tanpa dilantik dan tanpa dibayar. Namun kebalikannya jika donatur tidak puas, maka donatur akan menghentikan donasi (tidak mengulangi lagi) dan menceritakan kepada orang lain tentang lembaga secara negatif. Karena fungsi pekerjaan kegiatan fundraising juga harus bertujuan untuk memuaskan donatur.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Ika Nurjannah, "Fundraising Dan Pendistribusian Di Organisasi Sedekah Beras Semarang" (Semarang: UIN Walisongo, 2020)

Dasar hukum yang berkaitan dengan fundraising tertera dalam UU RI antara lain UU RI no 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, dijelaskan dalam bab III pasal 24 berbunyi : “Badan Amil Zakat dan Lembaga Amil Zakat wajib menyalurkan zakat yang telah dikumpulkan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan ketentuan hukum Islam/syariat Islam”.<sup>40</sup>

Kemudian teori penghimpunan yang dikemukakan April Purwanto bahwa penghimpunan diartikan sebagai proses mempengaruhi masyarakat untuk menyalurkan dana dan sumber daya lainnya (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga yang pada akhirnya untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut.<sup>41</sup> Jadi fundraising atau penghimpunan dana disimpulkan sebagai penghimpunan dana dengan cara mempengaruhi baik personal maupun masyarakat untuk mendapatkan simpati dan dukungan baik secara dana dan sumber daya lainnya.

Berdasarkan teori menurut para ahli diatas mengenai pengertian strategi dan fundraising, maka penulis menarik kesimpulan bahwa yang disebut strategi fundraising adalah menyusun cara terbaik dalam melakukan kegiatan penghimpunan dana dengan cara mempengaruhi, baik mempengaruhi secara personal individu maupun kelompok masyarakat untuk mendapatkan simpati dan dukungan baik secara dana dan sumber daya lainnya agar mencapai tujuan yang diharapkan dengan memperhatikan segala kemungkinan yang terjadi dan mempersiapkan potensi semaksimal mungkin.

---

<sup>40</sup> Atik Abidah, “Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo,” *Jurnal Kodifikasia*, Vol. 10, No. 1, 2016, Hal. 168.

<sup>41</sup> Ahmad Nursyamsi, “Manajemen Penghimpunan Dana Zis Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas)” (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2014)



## 2. Langkah-langkah Strategi

Dalam strategi terdapat langkah-langkah yang harus diperhatikan agar strategi yang kita rencanakan mencapai tujuan dan tepat sasaran. Adapun langkah-langkah strategi sebagai berikut:

### a. Menetapkan tujuan dan target

Langkah utama dalam perencanaan strategi adalah dengan menetapkan tujuan dan target secara spesifik. Proses ini harus mencakup semua gambaran rinci atau detail dari setiap tujuan serta target sasaran harus jelas. Langkah pertama yaitu dengan mengidentifikasi calon donatur, yakni mencari tau bagaimana profil calon donatur. Karena bagaimanapun juga, donatur mempunyai peran penting dalam fundraising. Hal ini bertujuan untuk memudahkan bagi fundraiser dalam menghimpun dana.<sup>42</sup>

### b. Merumuskan strategi untuk mencapai tujuan dan target

Langkah kedua yaitu merumuskan strategi untuk mencapai tujuan dan target. Hal ini juga dapat berarti menentukan tujuan dan target yang akan menopang pencapaian tujuan utama. Merumuskan strategi merupakan hal yang sangat kompleks. Hal ini disebabkan oleh tujuan-tujuan strategi suatu organisasi yang merupakan hasil dari wewenang, misi, visi maupun nilai-nilai keorganisasian akan diracik dan diolah menjadi strategi yang objektif. Dalam merumuskan suatu strategi organisasi, terdapat beberapa hal yang harus ditetapkan, diantaranya:

- 1) Perencanaan untuk mencapai sasaran-sasaran yang hendak diraih guna mewujudkan sebagian atau keseluruhan visinya.
- 2) Langkah apa yang akan ditempuh untuk meraih sasaran-sasaran yang telah direncanakan sebelumnya.

---

<sup>42</sup> Audina Amalia Syafira, "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat (Laz) Azka Al-Baitul Amien Kabupaten Jember," (Jember, Uin Kiai Haji Achmad Siddiq, 2022)

Pada tahap selanjutnya, strategi-strategi yang telah direncanakan dibagi dalam perencanaan program-program riil berjangka pendek, menengah dan panjang yang bisa terjangkau, perencanaan operasional, serta perencanaan berbagai aktivitas.<sup>43</sup>

c. Menentukan sumber daya yang akan diperlukan

Langkah ketiga yaitu menentukan sumber daya yang diperlukan, yang dimaksud adalah informasi yang mencakup lingkungan eksternal dan internal terkait sumber daya yang diperlukan. Ada empat sumber daya yang harus diperhatikan yaitu: sumber daya material, sumber daya finansial, sumber daya manusia, dan sumber daya informasi. Sumber daya material adalah sumber daya fisik untuk melaksanakan, sedangkan sumber daya finansial yaitu sumber daya uang. Sumber daya manusia yaitu sumber daya perorangan dan sumber daya informasi merupakan informasi yang benar dan menyeluruh untuk kepentingan perusahaan.<sup>44</sup>

3. Bentuk Strategi Fundraising

a. Direct Fundraising

Bentuk strategi fundraising *Direct Fundraising* (penghimpunan secara langsung) yaitu teknik atau cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung artinya pengaruh atau upaya yang dilakukan *fundraiser* jika mendapatkan respon dari donatur maka langsung dapat diakomodasi.<sup>45</sup> Strategi ini dilakukan dengan melibatkan donatur secara langsung untuk menyerahkan uangnya untuk donasi. Jadi, donatur melakukan donasi uang secara langsung setelah melihat iklan fundraising. Biasanya fundraising secara langsung ini menguji skill fundraiser melalui presentasi secara langsung kepada donatur. Sebagai

---

<sup>43</sup> Aime Heene Dkk, Manajemen Strategik Keorganisasian Public, (Bandung:Pt Refika Aditama, 2010), Hal. 172.

<sup>44</sup> Yolanda Berti, "Strategi Pendistribusian Zakat Infaq Dan Shadaqah (ZIS) Melalui Program Bandar Lampung Cerdas Dalam Membangun Kualitas Sumber Daya Manusia Di Badan Amil Zakat Nasional(Baznas) Kota Bandar Lampung" (Lampung:UIN Raden Intan , 2020)

<sup>45</sup> Aan Zainul Anwar, Evi Rohmawati, Miftah Arifin, "Strategi Fundraising Zakat Profesi Pada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) Di Jepara," *Jurnal Conference On Islamic Management, Accounting, And Economics (Cimae) Proceeding*, Vol. 2, 2019, Hal. 123.

contoh, *direct email* (penggalangan dana lewat surat), telefundraising, maupun iklan yang langsung mengarah ke platform donasi.<sup>46</sup>

Bentuk *direct email* (penggalangan dana lewat surat) yaitu dengan cara mengumpulkan nama dan alamat yang dikumpulkan dari perusahaan atau asosiasi bisnis dan organisasi nirlaba, seperti IPHI (Ikatan Persaudaraan Haji Indonesia), Ikatan Advokat, dan lain-lain. Strategi ini dilakukan sebagai upaya menjaring donatur. Adapun contoh *direct fundraising* yang lainnya, yaitu *membership*. Strategi *membership* dilakukan dengan cara merekrut donatur menjadi anggota lembaga atau partisipan program.<sup>47</sup> Bentuk telefundraising adalah cara untuk memperkuat *direct fundraising*, yaitu setelah calon donatur dikirim surat, beberapa waktu kemudian ditelepon. Di samping itu juga melalui dialog interaktif.<sup>48</sup>

Selain itu strategi penggalangan dana secara langsung juga dapat melalui *kencleng umat* atau yang lebih familiar adalah kotak amal. Tampaknya hal tersebut sederhana, tetapi memotivasi orang untuk bersedekah walaupun dalam jumlah yang sangat sedikit. Karena orang yang bersedekah pun tidak hanya orang yang memiliki uang banyak. Orang yang memiliki sedikit uang tetapi ingin bersedekah bisa dilakukan lewat kotak amal.<sup>49</sup>

Adapun strategi fundraising secara langsung dapat dilakukan dengan memberikan ceramah motivasi kepada masyarakat untuk menarik simpati dan dukungan kepada masyarakat agar mau mengeluarkan sebagian dana yang dimilikinya untuk disodaqohkan

---

<sup>46</sup> Miftahul Huda, "Model Manajemen Fundraising Wakaf," *Jurnal Ahkam*, Vol. 13, No. 1, Januari 2013.

<sup>47</sup> N.Oneng Nurul Bariyah, "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)," *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 1, Juni 2016, Hal. 27.

<sup>48</sup> Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar," *Jurnal Imara*, Vol. 1, No. 1, Desember 2017, Hal. 68.

<sup>49</sup> N.Oneng Nurul Bariyah, "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)," *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 1, Juni 2016, Hal. 25.

kepada kepentingan yang lebih besar selain kepentingan pribadinya. Selain itu ada juga fundraising yang dilakukan secara langsung dengan mendatangi donatur dari rumah ke rumah atau instansi dengan mengajukan proposal kegiatan.<sup>50</sup> Strategi secara langsung tersebut juga bertujuan untuk memudahkan para donatur dalam penjemputan dana maupun barang sedekah.

b. Indirect Fundraising

*Indirect Fundraising* (Penghimpunan secara tidak langsung) yaitu tehnik atau cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk bentuk *fundraising* tanpa memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika.<sup>51</sup>

Bentuk fundraising tidak langsung ini biasanya melibatkan pihak ketiga dalam mempromosikan penggalangan lembaga suatu lembaga, atau biasanya dapat dikatakan dengan istilah kolaborasi. Dengan begitu diharapkan dana yang terhimpun dapat terkumpul maksimal untuk dimanfaatkan. Sebagai contoh, Baznas yang bekerjasama dengan tokopedia dalam melakukan donasi. Jadi, donatur bisa melakukan donasi melalui tokopedia yang kemudian akan disalurkan ke baznas. Contoh lain dari metode ini adalah advertorial, melalui referensi atau melalui perantara, mediasi public figure, menjalin relasi, penyelenggaraan event.<sup>52</sup>

c. Digital Fundraising

Strategi digital *fundraising* yang digunakan dalam penghimpunan dana sedekah.<sup>53</sup> Di era digital saat ini, fundraiser dapat memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan organisasi-

---

<sup>50</sup> April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat* (Yogyakarta:Teras, 2009), Hal. 30.

<sup>51</sup> Aan Zainul Anwar, Evi Rohmawati, Miftah Arifin, "Strategi Fundraising Zakat Profesi Pada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) Di Jepara," *Jurnal Conference On Islamic Management, Accounting, And Economics (Cimae) Proceeding*, Vol. 2, 2019, Hal. 123.

<sup>52</sup> Miftahul Huda, "Model Manajemen Fundraising Wakaf," *Jurnal Ahkam*, Vol. 13, No. 1, Januari 2013.

<sup>53</sup> Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, Ibdalsyah, "Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1, 2022.

organisasi nirlaba dan komunitas sosial secara global seperti promosi untuk mengumpulkan dana sedekah. Hadirnya digitalisasi diharapkan dapat memberikan transparansi dan rasa percaya pada masyarakat dan donatur.<sup>54</sup> Strategi digital *fundraising* yang digunakan dalam penghimpunan dana sedekah yaitu secara *organic* dan *paid*. *Organic fundraising* adalah aktivitas dalam penghimpunan dana tanpa menggunakan biaya untuk beriklan, sedangkan *paid fundraising* adalah aktivitas dalam penghimpunan dana dengan mengeluarkan biaya untuk beriklan menawarkan program-program dari organisasi atau komunitas.

*Organic fundraising* atau penghimpunan secara organik mengacu pada segala bentuk penghimpunan dana secara digital yang tidak melibatkan iklan berbayar. Metode *organic fundraising* sendiri terdiri dari empat kegiatan yaitu:

1) Search Engine Optimization

Search Engine Optimization adalah upaya untuk mengoptimasi website dengan kata kunci tertentu untuk mendapatkan peringkat teratas di hasil pencarian pada mesin pencarian seperti Google. Semakin tinggi traffic ke website maka peluang calon muzaki untuk bersedekah semakin besar karena umumnya seseorang ketika mencari kata kunci tertentu di Google maka akan mengklik website yang berada di urutan teratas.

2) Organic Social Media

Organic Social Media adalah bentuk pemasaran lewat media sosial secara gratis berupa postingan foto, video, tulisan, gambar, hashtag atau link terkait dan lainnya. Social media organik hanya dapat dilihat oleh pengikut atau audiens yang mengikuti akun organisasi, komunitas atau lembaga tertentu. Dengan membuat konten organik atau memposting di sosial media berguna untuk

---

<sup>54</sup> Husniati Salma, Dede Nurohman, *Strategi Digital Fundraising Zakat, Infak Dan Sedekah Serta Penyalurannya Di Indonesia* (Tulung Agung: Biru Atma Jaya, 2021)

berinteraksi dengan pengikutnya, hal tersebut dimaksudkan untuk membangun citra brand organisasi, komunitas atau lembaga tertentu. Sosial media yang digunakan adalah facebook, instagram dan twitter.

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Peran dan manfaat media sosial juga sangat banyak salah satunya adalah menyampaikan. Dalam hal penghimpunan dana, media sosial dapat digunakan untuk menyampaikan maksud dan tujuan penggalangan dana serta dapat menjadikan sarana dokumentasi agar organisasi lebih transparan dalam mengemban amanah ummat.<sup>55</sup>

Facebook sebagai salah satu situs jaringan sosial yang dapat memudahkan individu untuk bertemu dengan orang lain yang mereka kenal atau tidak, teman lama serta siapa saja yang memiliki minat yang sama, mendukung hubungan renggang, dan khususnya memudahkan individu untuk mengakses jaringan teman-teman dan orang lainnya, sehingga berpotensi membuat sebuah jaringan hubungan menjadi lebih luas dan lebih heterogen.<sup>56</sup>

Kehadiran media sosial khususnya facebook dengan ranah dunia maya telah memindahkan kebiasaan dan kegiatan komunikasi interpersonal didunia nyata menuju komunikasi interpersonal didunia maya. Melalui facebook setiap orang ingin dikenal dengan penilaian dan kesan dari setiap yang melihat bahkan mengintip profilnya sebagai orang yang baik atau dengan karakter positif. Keberadaan facebook memang diciptakan sebagai alat untuk menciptakan kesan dimata public.<sup>57</sup> Hal tersebut dapat

---

<sup>55</sup> Nur Malik Ibrahim, "Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (Bmh) Perwakilan Bengkulu" (Bengkulu, IAIN Bengkulu, 2019), Hal. 28-29.

<sup>56</sup> Christa Kristakis, Connected: *Dahsyatnya Kekuatan Jejaring Sosial Mengubah Hidup Kita*, (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2009), Hal. 27.

<sup>57</sup> Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), Hal. 221.

digunakan untuk membangun citra lembaga sebagai salah satu tujuan dari fundraising.

### 3) Email Marketing

Email marketing digunakan untuk mengirimkan email-email berisi informasi tentang penawaran sedekah ke donatur yang sudah terdata. Tujuan menggunakan email marketing untuk mengikat donatur supaya tetap up to date dengan informasi organisasi, komunitas atau lembaga yang disebarkan dan supaya donatur terus tertarik dengan program dari organisasi, komunitas atau lembaga tersebut.

### 4) Promosi Menggunakan WhatsApp

Promosi menggunakan WhatsApp yaitu berupa broadcast message kepada nomor yang sudah dimiliki oleh organisasi, komunitas, atau lembaga tersebut. Dengan menggunakan WhatsApp akan lebih mudah berkomunikasi dengan donatur.

Paid fundraising adalah segala bentuk jenis upaya digital fundraising yang sifatnya berbayar. Hasil dari paid fundraising biasanya lebih cepat, lebih mudah untuk diukur, dan memberikan hasil yang lebih baik dibandingkan organic fundraising. Beberapa penggunaan dari paid fundraising adalah:

#### 1) Google Ads

Google ads adalah program periklanan online google. Membuat iklan di google dengan kata kunci tertentu (misalnya: sedekah itu indah, dll) untuk menargetkan orang yang mencari kata tersebut yang kemudian menampilkan website organisasi, komunitas atau lembaga tersebut berada di urutan teratas dalam pencarian google. Manfaat menggunakan google ads adalah untuk menarik minat audiens

dengan ketertarikan yang spesifik untuk menjadi donatur dari organisasi, komunitas, ataupun lembaga tertentu.<sup>58</sup>

Oleh sebab itu, hal pertama yang harus diperhatikan adalah search engine. Sangat maklum bahwa search engine seperti google, sangat mendukung periklanan dan promosi yang dilakukan secara online. Hal itu karena pengguna dari search engine telah memiliki maksud dan tujuan terkait pasar atau produk, maupun jasa yang dibutuhkan dan dicari<sup>59</sup>.

## 2) Sosial Media Ads

Sosial media ads merupakan program iklan berbayar yang berfokus pada situs jejaring sosial. Sosial media yang dapat digunakan untuk beriklan ada banyak seperti facebook, instagram, twitter, tiktok, dll. Bentuk iklan yang digunakan bervariasi, baik berupa foto dan narasi maupun dengan video dan narasi, hal ini disesuaikan dengan keefektifan iklan tersebut diterima oleh audiens yang sudah ditarget oleh organisasi, komunitas atau lembaga tersebut.

## 3) Youtube Ads

Merupakan sebuah fitur yang digunakan oleh suatu lembaga untuk memasang iklan di platform video tersebut supaya dapat menjangkau pengguna youtube yang lebih luas. Lembaga menargetkan iklan pada pengguna sesuai dengan hasil riwayat pencarian yang telah mereka cari di Google.<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, Ibdalsyah, "Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1, 2022, Hal. 6.

<sup>59</sup> Ade Nur Rohim, "Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 4, No. 1, Januari-Juni 2019, Hal. 80.

<sup>60</sup> Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, Ibdalsyah, "Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1, 2022, Hal. 7.



## B. Pendistribusian

### 1. Pengertian Pendistribusian

Distribusi berasal dari bahasa Inggris yaitu *distribute* yang berarti pembagian atau penyaluran, secara terminologi distribusi adalah penyaluran (pembagian) kepada orang banyak atau beberapa tempat. Pengertian lain mendefinisikan distribusi sebagai penyaluran barang keperluan sehari-hari oleh pemerintah kepada pegawai negeri, penduduk, dan sebagainya.<sup>61</sup>

Berikut beberapa para ahli mengemukakan pengertian tentang pendistribusian:

- a. Menurut Philip Kotler distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa yang siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Dalam hal ini distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan (membagikan, mengirimkan) kepada orang atau beberapa tempat.<sup>62</sup>
- b. Menurut Hall, pendistribusian atau distribusi adalah kegiatan untuk mengirimkan produk ke pelanggan setelah penjualan.
- c. Menurut Subagyo, Nur dan Indra, distribusi merupakan pergerakan atau perpindahan barang atau jasa dari sumber sampai ke konsumen akhir, konsumen atau pengguna, melalui saluran distribusi (*distribution channel*), dan gerakan pembayaran dalam arah yang berlawanan, sampai ke produsen asli atau pemasok.<sup>63</sup>

Dapat di tarik kesimpulan bahwa distribusi atau pendistribusian merupakan suatu kegiatan membagikan atau mengirimkan barang/jasa kepada orang atau beberapa tempat.

---

<sup>61</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), Hal. 269.

<sup>62</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, Cet. Ke-5, 2001), Hal. 185.

<sup>63</sup> Rizka Diah Melati Sukma, "Prosedur Pendistribusian Barang Milik Ajinomoto Sales Indonesia Pada Pt. Ajinomoto Indonesia" (Surabaya, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2019)

Pendistribusian adalah penyaluran, pembagian, pengiriman barang-barang dan sebagainya kepada orang banyak atau beberapa tempat.<sup>64</sup> Jadi pendistribusian adalah pembagian (barang keperluan sehari-hari terutama di masa darurat) ke beberapa orang atau tempat. Secara umum, distribusi artinya proses yang menunjukkan penyaluran barang dari produsen sampai ketangan masyarakat konsumen.

Menurut Anas Zarqa definisi distribusi adalah transfer (mentasharuf-kan) pendapatan kekayaan antara individu dengan cara pertukaran atau dengan cara lain seperti waris, shadaqah, wakaf atau zakat.

Sedangkan konsep distribusi Islam tidak hanya mendapatkan aspek ekonomi. Dimana ukuran berdasarkan jumlah harta kepemilikan, tetapi distribusi harus bisa digunalam sebagai potensi kemanusiaan, yang berupa penghargaan hak hidup dalam kehidupan. Distribusi harta tidak akan mempunyai dampak yang signifikan kalau tidak ada kesadaran antara sesama manusia akan kesamaan hak hidup.<sup>65</sup> Konsep distribusi memiliki maksud yang lebih luas, yaitu peningkatan dan pembagian hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya berada di antara golongan tertentu saja.<sup>66</sup>

Proses distribusi dalam Islam khususnya pendistribusian sedekah menekankan kepada tiga hal penting guna meningkatkan efektivitas dan kemanfaatan pendistribusian sedekah itu sendiri.<sup>67</sup> Pertama, prioritas target distribusi sedekah. Target atau sasaran distribusi yang mendapat prioritas berdasarkan Al-Qur'an yaitu fakir miskin sebagai kelompok pertama diantara kelompok lainnya.

---

<sup>64</sup> Meity Taqdir Qadratillah, Et Al., *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*, (Jakarta: Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan, 2011), Hal.100.

<sup>65</sup>Ika Nurjannah, "Fundraising Dan Pendistribusian Di Organisasi Sedekah Beras Semarang" (Semarang: UIN Walisongo, 2020)

<sup>66</sup> Silmi Kapah Anisa', Ade Nur Rohim, And Sahlan Hasbi, "Analisis Pendistribusian Zis Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik Di Yayasan Indonesia Mulia Bekasi," *Journal Of Islamic Philanthropy And Disaster*, Vol. 1, No. 2, 2021, Hal. 4.

<sup>67</sup> Mursyidi, *Akuntansi Zakat Kontemporer* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), Hal.169.

Kedua, sedekah yang diberikan untuk fakir miskin tidak ditentukan besarnya dari jumlah dana sedekah yang terkumpul. Hal ini dikarenakan tujuan sedekah salah satunya adalah memberikan tingkat hidup yang layak sebagai orang muslim dengan cara memampukan mustahik untuk menghidupi dirinya sendiri dengan kemampuan yang dimilikinya. Bagi fakir miskin yang sanggup bekerja namun menjadi miskin karena tidak dapat menggunakan secara penuh sumber daya mereka karena keterbatasan modal manusia, modal fisik, dan modal finansial yang dibutuhkan untuk melakukan aktivitas ekonomi agar memperoleh pendapatan yang layak, agar dana sedekah dapat dijadikan sebagai modal produktif manusia.

Ketiga, menyesuaikan dengan kondisi lokal dan perkembangan terkini. Memikirkan bentuk pendayagunaan dana sedekah yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat lokal serta perkembangan pemikiran tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat. Sebagai misal, dalam kondisi bencana alam distribusi sedekah semestinya bukan hanya dalam bentuk uang cash, namun juga dalam bentuk barang sembako yang dibutuhkan dan diperlukan.

Selain tiga hal penting guna meningkatkan efektivitas dan kemanfaatan pendistribusian sedekah, adapula model pendistribusian. Model pertama, yakni distribusi bersifat konsumtif tradisional. Distribusi konsumtif tradisional membagikan sedekah kepada mustahik untuk dipergunakan secara langsung seperti sembako, obat-obatan, pakaian dan lain-lain.<sup>68</sup>

Model kedua yakni distribusi bersifat konsumtif kreatif. Diwujudkan dalam bentuk lain dari bentuk barang semula seperti di berikan dalam bidang pendidikan yaitu peralatan sekolah, dapat juga

---

<sup>68</sup> Muhamad Ridho Alhamdi, "Manajemen Pendistribusian Dana Zakat Infak Dalam Program Kesehatan Di Laznas Yatim Mandiri Lampung," (Lampung, Uin Raden Intan, 2021), Hal. 24-26.

berbentuk bantuan sarana ibadah seperti sajadah, mukena, Al-Qur'an dan sarung.<sup>69</sup>

Adapun tujuan dari distribusi dalam ekonomi Islam memiliki tujuan-tujuan ekonomi yang penting dimana yang terpenting diantaranya:

- a. Pengembangan harta dan pembersihannya, karena pemilik harta ketika menshadaqohkan sebagian hartanya kepada orang lain, maka demikian itu akan mendorong untuk menginvestasikan harta sehingga tidak akan habis karena shadaqoh.
- b. Memberdayakan sumber daya manusia yang menganggur dengan terpenuhinya kebutuhan tentang harta atau persiapan yang lazim untuk melaksanakan kegiatan ekonomi. Pada sisi lain, bahwa sistem distribusi dalam Ekonomi Islam dapat menghilangkan faktor-faktor yang menghambat seseorang dari andil dalam kegiatan ekonomi.
- c. Andil dalam merealisasikan kesejahteraan ekonomi, dimana tingkat kesejahteraan ekonomi berkaitan dengan bentuk pemasukan saja, namun juga berkaitan dengan cara pendistribusiannya diantara individu masyarakat.
- d. Penggunaan terbaik terhadap sumber ekonomi. Ketika distribusi ekonomi dilakukan dengan adil, maka individu diberikan sebagai sumber-sumber ilmu sesuai dengan kebutuhannya, dengan syarat memiliki kemampuan untuk mengeksplorasinya, yang selanjutnya individu tidak akan menguasai sumber-sumber yang ditelantarkan atau buruk penggunaannya.<sup>70</sup>

## 2. Langkah-Langkah Pendistribusian

Menurut Aminuddin, langkah-langkah pendistribusian ialah sebagai berikut:

---

<sup>69</sup> Arief Mufrani, *Akuntansi Dan Manajemen Zakat: Mengkomunikasikan Kesadaran Dan Membangun Jaringan* (Jakarta: Kencana, 2012), Hal. 153.

<sup>70</sup> Jariba Bin Ahmad Al-Haritsi, *Penerjemah Asmuni Solihan Zamakhasyari, Fikih Ekonomi Umar Bin Khattab*, (Jakarta Timur, Khalifah, 2006), Hal. 218.

- a. Pendataan harus yang akurat sehingga yang menerima benar-benar orang yang tepat. Pada penelitian ini diberi penguat untuk sasaran distribusi berdasarkan syariat Islam.
- b. Pengelompokkan peserta kedalam kelompok kecil, homogen baik dari sisi gender, pendidikan, ekonomi dan usia.
- c. Pemberian pelatihan dasar, pada pelatihan ini harus berfokus untuk melahirkan usaha-usaha yang produktif.
- d. Pemberian dana, dana diberikan setelah materi tercapai. Pada penerima sedekah akan dibimbing untuk menjalankan usahanya.

Selain langkah-langkah pendistribusian menurut Aminuddin, adapun langkah-langkah pendistribusian produktif dan langkah-langkah pendistribusian konsumtif.

- a. Langkah-langkah pendistribusian produktif:
  - 1) Tahap perencanaan
    - a) Persiapan untuk tim pelaksana, ialah tahap awal untuk menyiapkan sumber daya manusia tingkat manajemen maupun sumber daya manusia untuk tim pelaksana teknis yang bertugas membantu kegiatan. Tim pelaksana pada tingkat manajemen (manager program, koordinator dan keuangan) sumber daya manusia pelaksana teknis yang membantu dalam setiap kegiatan maupun dalam kegiatan teknis pendampingan.
    - b) Persiapan konsep program, mempersiapkan kerangka teoritis dan petunjuk teknis program yang akan dilaksanakan. Agar program yang dilaksanakan bisa berjalan dengan baik.
  - 2) Pendampingan, merupakan tahap yang perlu disiapkan untuk memberi arahan dan membimbing mustahiq dalam memanfaatkan dana sedekah. Pendampingan diantaranya sebagai berikut:
    - a) Merumuskan konsep, ikut membantu dalam merumuskan konsep usaha yang akan dilaksanakan.
    - b) Pendampingan teknis, membantu dalam pemasaran dan perluasan jaringan.

3) Evaluasi, ialah bertujuan untuk meninjau ulang program-program yang telah dilakukan dari berbagai aspek. Bertujuan untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan serta meningkatkan program-programnya. Dengan adanya evaluasi ini diharapkan program selanjutnya bisa dipersiapkan dengan matang.

b. Langkah-langkah Pendistribusian Konsumtif

1) Perencanaan

Pada perencanaan ini ditujukan agar pendistribusian bisa tepat sesuai sasaran dan memenuhi kebutuhan dasarnya.

a) Observasi lapangan, yaitu melakukan riset lapangan menentukan masyarakat yang akan mendapatkan bantuan, serta menentukan jenis bantuan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dilapangan. Dengan adanya observasi ini maka bantuan dapat diberikan sesuai skala prioritas.

b) Tenaga lapangan, tenaga lapangan ini menentukan pelaksanaan program.

2) Pelaksanaan

Pada pelaksanaan pendistribusian dana sedekah tidak langsung diberikan kepada mustahiq, akan tetapi dibutuhkan koordinasi dengan pihak-pihak terkait guna bisa berjalannya program dengan baik.

3) Evaluasi

Pada tahapan ini, bertujuan untuk meninjau ulang program yang telah dilaksanakan dari berbagai aspek. Hal ini bertujuan agar program yang berjalan apakah ada kekurangan atau tidak, maka program selanjutnya dipersiapkan lebih matang.<sup>71</sup>

3. Bentuk Distribusi

Bentuk pendistribusian salah satunya adalah Bantuan sesaat, Bantuan sesaat yang dimaksud disini bukan hanya bantuan yang hanya

---

<sup>71</sup> Ai Waryanah, "Pendistribusian Zakat Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat" (Bandung, UIN Sunan Gunung Djati, 2021) hal. 40-43.

diberikan satu kali saja akan tetapi tidak adanya target kemandirian mustahiq. Hal ini disebabkan karena mustahiq tidak memungkinkan untuk terjadinya kemandirian, seperti orang sudah jompo, orang yang cacat atau orang yang terkena bencana.

Sedangkan menurut M. Arif Mufraini, bentuk inovasi distribusi dikategorikan dalam empat bentuk sebagai berikut:

- a. Distribusi bersifat konsumtif tradisional, yaitu dibagikan kepada mustahiq untuk dimanfaatkan secara langsung, contohnya dibagikan atau didistribusikan secara langsung kepada para korban bencana alam.
- b. Distribusi bersifat konsumtif kreatif, yaitu diwujudkan dalam bentuk lain dari barangnya semula seperti diberikan dalam bentuk alat-alat sekolah atau beasiswa.
- c. Distribusi bersifat produktif tradisional, diberikan dalam bentuk barang-barang yang produktif seperti kambing, sapi, dan lainnya. Pemberian dalam bentuk ini akan menciptakan suatu usaha yang membuka lapangan kerja bagi fakir miskin.
- d. Distribusi dalam bentuk produktif kreatif, yaitu diwujudkan dalam bentuk permodalan baik untuk membangun proyek sosial atau menambah modal pedagang pengusaha kecil.<sup>72</sup>

#### 4. Sasaran Distribusi

Dalam Islam khususnya pendistribusian sedekah menekankan kepada tiga hal penting guna meningkatkan efektivitas dan kemanfaatan pendistribusian sedekah itu sendiri.<sup>73</sup> Pertama, prioritas target distribusi sedekah. Target atau sasaran distribusi yang mendapat prioritas berdasarkan Al-Qur'an yaitu fakir miskin sebagai kelompok pertama diantara kelompok lainnya. Dalam UU No. 13 tahun 2011, tentang Penanganan Fakir Miskin, tidak disebutkan secara spesifik tentang kriteria fakir miskin. Dalam Ketentuan Umum Pasal 1,

<sup>72</sup> Ai Waryanah, "Pendistribusian Zakat Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat" (Bandung, Uin Sunan Gunung Djati, 2021) hal. 33-34.

<sup>73</sup> Mursyidi, *Akuntansi Zakat Kontemporer* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hal.169.

disebutkan fakir miskin adalah orang yang sama sekali tidak mempunyai mata pencaharian dan atau mempunyai sumber mata pencaharian tetapi tidak mempunyai kemampuan memenuhi kebutuhan dasar yang layak bagi kehidupan dirinya dan atau keluarganya. Sedangkan kewenangan penetapan kriteria fakir miskin diserahkan kepada Menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintah di bidang sosial. Artinya di dalam UU ini, kewenangan menentukan kriteria fakir miskin atau kemiskinan diserahkan kepada lembaga terkait.<sup>74</sup>

Kedua, sedekah yang diberikan untuk fakir miskin tidak ditentukan besarnya dari jumlah dana sedekah yang terkumpul. Hal ini dikarenakan tujuan sedekah salah satunya adalah memberikan tingkat hidup yang layak sebagai orang muslim dengan cara memampukan mustahik untuk menghidupi dirinya sendiri dengan kemampuan yang dimilikinya. Bagi fakir miskin yang sanggup bekerja namun menjadi miskin karena tidak dapat menggunakan secara penuh sumber daya mereka karena keterbatasan modal manusia, modal fisik, dan modal finansial yang dibutuhkan untuk melakukan aktivitas ekonomi agar memperoleh pendapatan yang layak, agar dana sedekah dapat dijadikan sebagai modal produktif manusia.<sup>75</sup> Dalam surat at-Taubah ayat 60, Allah menjelaskan secara rinci tentang 8 golongan mustahik atau asnaf adalah orang-orang fakir, orang miskin, ‘amilin, yang dilunakkan hatinya (muallaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berutang, untuk jalan Allah, dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan.

Fakir dan miskin menurut pendapat Hasbi, tidak ada perbedaan yang mendasar. Ia mendefinisikan keduanya dengan “mereka yang berhajat, tetapi tidak dapat memenuhi hajatnya (kebutuhannya)”.

---

<sup>74</sup> Kuntarno Noor Aflah, “Urgensi Penetapan Kriteria Fakir Miskin Bagi Penyaluran Zakat Di Indonesia,” *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, Vol. 4, No. 1, Juni 2017, hal. 169-170.

<sup>75</sup> Arief Mufrani, *Akuntansi Dan Manajemen Zakat: Mengkomunikasikan Kesadaran Dan Membangun Jaringan* (Jakarta: Kencana, 2012)



‘Amilin adalah petugas –petugas pemungut zakat yang diangkat atau ditunjuk oleh pemerintah/penguasa dan mereka diberi upah/gaji yang diambil dari harta pungutan zakat itu menurut kadar jerih payah mereka. Pemberian kepada golongan ‘amilin bukanlah karena mereka termasuk golongan yang berhak menerimanya, tetapi mereka menerimanya sebagai imbalan atas jerih payahnya. Jelasnya mereka harus dinilai menurut pekerjaan yang ditugaskan kepadanya dan sekedar dapat memenuhi kebutuhan mereka, karena ‘amilin sama dengan pegawai-pegawai negeri lain. Bedanya, hanyalah gajinya yang diambilkan dari bagian pungutan zakat.

Dalam pandangan Hasbi, muallaf terbagi menjadi dua bagian yaitu yang masih kafir dan muslim. Terhadap yang masih kafir, Hasbi berkata perlu diberikan hak muallaf (bagian zakat) kepadanya dengan harapan: pertama, mereka akan beriman dan memeluk Islam, sebagaimana yang dilakukan Nabi saw. terhadap Shafwan ibn Umaiyah dengan memberikan 100 ekor unta yang diperoleh nabi dari rampasan perang Hunain, yang dengan perantara itu Shafwan masuk Islam. Kedua, untuk menghindari dan menolak kejahatannya terhadap umat Islam.

Hamba sahaya menurut istilah syara’ “riqab” yang berarti budak. Budak dinamakan “raqaba atau riqab”, karena dia dikuasai sepenuhnya oleh tuannya. Ketaatan mereka kepada majikannya, serupa dengan hewan yang diikat lehernya, ke mana saja ditarik, ia harus ikut. Untuk melepaskan ikatan budak itu dan membebaskannya dari kungkungan perbudakan, dan mengembalikannya kepada fitrahnya sebagai hamba Allah yang merdeka. Maka budak belian ini diperbolehkan untuk menerima bagian dari zakat, dan zakat tersebut digunakan untuk menebus dirinya supaya menjadi orang yang merdeka. Adanya perhatian terhadap pembebasan budak adalah suatu bukti tentang prinsip syari’at Islam yang menentang budaya perbudakan dan eksploitasi manusia oleh manusia.

Untuk membebaskan orang yang beutang, yaitu mereka yang jatuh pailit yang tidak mampu lagi membayar hutangnya. Orang yang berstatus demikian layak dan patut untuk ditolong diselamatkan dari himpitan hutang yang melilitnya, yaitu dengan cara melunasi hutangnya dengan dana zakat dengan catatan orang yang jatuh pailit itu berhutang bukan digunakan untuk berbuat maksiat.

Kemudian yang disebut untuk jalan Allah atau dijalan Allah adalah semua orang yang berbuat dalam rangka taat kepada Allah SWT. Sedangkan orang yang sedang dalam perjalanan yaitu orang yang sedang melakukan (berada dalam) perjalanan dalam keadaan musafir yang kehabisan bekal, walaupun ia tergolong kaya di daerah asalnya.<sup>76</sup>

Ketiga, menyesuaikan dengan kondisi lokal dan perkembangan terkini. Memikirkan bentuk pendayagunaan dana sedekah yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat lokal serta perkembangan pemikiran tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat. Sebagai misal, dalam kondisi bencana alam distribusi sedekah semestinya bukan hanya dalam bentuk uang cash, namun juga dalam bentuk barang sembako yang dibutuhkan dan diperlukan.

Sasaran distribusi shadaqah mengutamakan kepada masyarakat yang ada disekeliling kita. Namun juga harus dibagikan ke luar daerah lain yang lebih membutuhkan, orang yang masuk dalam kategori golongan 8 asnaf atau mustahik yang telah ditetapkan menurut syariat Islam.<sup>77</sup> Selain itu, ruang lingkup pendistribusian dana sedekah juga meliputi anak yatim piatu, kaum dhuafa.

Apabila mendengar istilah anak yatim, orang pasti beranggapan bahwa anak yatim adalah seorang anak yang tidak memiliki orang tua, namun apabila ditelusuri tentang pengertian anak yatim dalam bahasa

---

<sup>76</sup> Syahril Jamil, "Prioritas Mustahiq Zakat Menurut Teungku Muhammad Hasbi Ash Shiddieqy," *Jurnal Istimbath*, No. 16, Juni 2015, hal. 149-156.

<sup>77</sup> Yolanda Berti, "Strategi Pendistribusian Zakat Infaq Dan Shadaqah (Zis) Melalui Program Bandar Lampung Cerdas Dalam Membangun Kualitas Sumber Daya Manusia Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Bandar Lampung" (Lampung, Uin Raden Intan, 2020)

Indonesia, definisi tersebut tidak sepenuhnya benar. Karena ada kata anak piatu dan juga anak yatim piatu yang memiliki makna yang sama yaitu anak yang tidak memiliki orang tua.<sup>78</sup>

Adapun secara terminologi, yatim bermakna seorang anak yang tidak berayah.<sup>79</sup> Berdasarkan *ensiklopedia* Islam, anak yatim adalah seorang anak yang tidak memiliki ayah atau anak piatu adalah anak yang tidak memiliki ibu, serta yang disebut anak yatim piatu adalah seorang anak yang tidak memiliki ayah dan ibu.<sup>80</sup> Berikut beberapa pengertian anak yatim menurut para ahli:

- a. Menurut M. Quraish Shihab yang disebut anak yatim adalah seorang anak yang belum dewasa yang telah ditinggal mati oleh ayahnya, sebagai sosok penanggung jawab dalam hidupnya. Kemudian kedewasaan anak yatim diawali dengan kesanggupannya mengelola harta, maka saat itu pula akan diserahkan dari wali ke anak yatim.<sup>81</sup>
- b. Menurut Dzulqarnain M. Sanuni juga mendefinisikan anak yatim dari sudut pandang ahli fiqih, anak yatim adalah anak yang ditinggal ayahnya sebelum baligh. Adapun setelah *baligh*.<sup>82</sup>
- c. Menurut Raghīb al-Isfahani, seorang ahli kamus al-Qur'an, bahwa istilah yatim bagi manusia digunakan untuk orang yang ditinggal mati ayahnya dalam keadaan belum dewasa, sedangkan bagi binatang yang disebut yatim adalah binatang yang ditinggal mati ibunya. Hal ini dapat dipahami karena pada kehidupan binatang yang bertanggung jawab mengurus dan memberi makan adalah induknya. Hal ini berbeda dengan manusia. Al-Isfahani mengatakan bahwa kata yatim itu digunakan untuk setiap orang yang hidup sendiri, tanpa kawan, misalnya terlibat dalam ungkapan “*Durrah*

---

<sup>78</sup> Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 2000. hal. 750.

<sup>79</sup> M. J. Ja'far Shodiq, *Santuni Anak Yatim Maka Hidupmu Pasti Sukses Kaya Berkah Dan Bahagia*, Lafal, Yogyakarta, 2014. hal. 15.

<sup>80</sup> Tim Penyusun Ensiklopedi Islam, *Ensiklopedi Islam*, Pt. Ichtiar Baru Van Hoeve, Jakarta, 1997, hal. 206.

<sup>81</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Qur'an Al-Karim*, Pustaka Indah, Bandung, 1997, hal. 507

<sup>82</sup> M. Sanusi, *Anak Yatim Investasi Akhirat*, Media Belajar, Semarang, 2005, hal. 54.

*Yatim*”, kata *durrah* (intan) disebut yatim, karena ia menyendiri dari segi sifat dan nilainya.<sup>83</sup>

- d. Menurut K. H. Didin Hafidhudin bahwa Islam menempatkan pembinaan dan perlindungan anak yatim sebagai tanggung jawab kaum muslimin terutama mereka yang masih memiliki hubungan kekerabatan dengan anak yatim itu. Perbuatan menyantuni anak yatim akan membentuk jiwa yang lembut, dipenuhi rasa cinta kasih dan kerelaan berkorban untuk orang lain.<sup>84</sup>

Yatim juga digambarkan sebagai seseorang yang tidak memperoleh pelayanan yang layak serta penghormatan, ia sering dihardik, didorong dengan kuat dan lain-lain. Terminologi anak yatim yang terdapat dalam surat al-Ma’un menunjukkan makna yang lebih luas, jauh dari pemahaman orang awam sementara ini. Anak yatim tidaklah sebagai anak yang telah kehilangan nasab dari orang tuanya, tetapi secara kritis, kata yatim ditempatkan pada setiap anak yang tidak mendapatkan akses sosial secara optimal, yakni masalah pendidikan, ekonomi, kesehatan, perlindungan kekerasan dan banyak lagi yang menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan kejahatan terhadap anak. Artinya anak yatim adalah mereka yang terabaikan hak-hak kehidupannya. Sebagaimana dalam undang-undang No. 23 tahun 2001 tentang perlindungan anak telah ditegaskan bahwa anak adalah seseorang yang belum berusia 18 tahun termasuk anak yang masih dalam kandungan. Oleh karena itu, dari sini jelaslah sudah bahwa semua anak yang belum mencapai usia tersebut wajib dan harus mendapatkan perlindungan secara penuh baik itu oleh pemerintah maupun oleh semua lapisan masyarakat.

Menurut istilah dalam syariat Islam yang dimaksud dengan anak yatim adalah anak yang ditinggal mati oleh ayahnya sebelum dia *baligh*. Batas seorang anak disebut yatim adalah ketika anak tersebut telah

---

<sup>83</sup> Raghib Al-Isfahani Dalam Dahlan Abdul Azizi, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Pt Icktiar Baru Van Hoeve, Jakarta, 1997. hal. 962.

<sup>84</sup> Didin Hafidhudin, *Santunan Anak Yatim*, Media Insan, Surabaya, 2000. hal. 3.

*baligh* dan dewasa, berdasarkan sebuah hadits yang diceritakan bahwa Ibn Abbas RA, pernah menerima surat dari Najdah bin Amir yang berisi beberapa pertanyaan, tentang batasan seorang disebut yatim, Ibn Abbas menjawab : “*kamu bertanya kepada saya tentang anak yatim, kepada terputus predikat yatim itu, sesungguhnya predikat itu putus bila ia sudah baligh dan menjadi dewasa*”.

Seperti halnya anak yatim, anak piatu juga dikategorikan sebagai anak piatu hingga ia belum menginjak dewasa atau *baligh*. Jika sudah masuk usia *baligh*, maka ia tidak disebut lagi sebagai anak piatu. Anak yatim wajib disantuni karena ia kehilangan ayah yang wajib menanggung nafkahnya. Begitu pun juga demikian, orang yang kehilangan (kematian) ibunya wajib disantuni sebagai halnya anak yatim.

Sebagaimana telah dijelaskan di atas, bahwa secara bahasa *yatim* adalah laki laki atau perempuan yang ditinggal wafat ayahnya sebelum aqil *baligh* (dewasa). Sedangkan piatu adalah istilah dalam bahasa Indonesia untuk sebutan bagi anak yang kehilangan (kematian) ibunya. Dalam bahasa Arab disebut sebagai *al-aji*. Sedangkan menurut Ibn Katsir, *al-aji* adalah anak yang tidak memperoleh asupan asi (air susu ibu) dari ibunya.<sup>85</sup>

Sedangkan yang dimaksud dengan kaum dhuafa adalah bentuk jama' dari kata dha'if, yang artinya “orang-orang lemah” atau juga disebut dengan mustadh'afin (orang-orang yang dilemahkan) karena pendidikan yang rendah, rendahnya taraf kesehatan, serta keterbatasan lapangan kerja. Pendidikan yang rendah mengakibatkan kemampuan pengembangan diri terbatas, hal tersebut juga mengakibatkan terbatasnya lapangan kerja karena tidak memiliki keterampilan diri atau potensi diri. Rendahnya taraf kesehatan juga berkaitan dalam hal

---

<sup>85</sup> M. Ikhsan, “Pengasuhan Anak Yatim Q.S Al-Baqoroh Ayat 220 Dalam Tafsir Jami' Al-Bayan Fi Takwil Al-Qur'an Karya Al-Thabari,” (Kudus: Stain Kudus, 2015)

mencari kelayakan hidup, dimana lapangan kerja yang membutuhkan daya tahan fisik yang kuat.

Istilah kaum dhu'afa juga digunakan sebagai orang yang menerima ssedekah. Istilah dhu'afa dimaksudkan sebagai orang-orang yang lemah secara fisik, otak, dan ekonomi. Sedangkan kaum dhuafa secara umum dapat diartikan sebagai golongan manusia yang hidup dalam kemiskinan, kesengsaraan, kelemahan, ketertindasan dan ketidakberdayaan yang tiada putus. Kaum duafa terdiri dari orang-orang terlantar, fakir miskin, anak-anak yatim dan orang cacat. Oleh karena itu yang dimaksud menyantuni kaum dhuafa adalah memberikan harta atau barang yang bermanfaat untuk kaum dhu'afa. QS. al-Isra: 26-27 berbunyi: "Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan, dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya." Secara lebih rinci kaum dhu'afa dapat dibagi empat macam: 1) kaum dhu'afa dari segi otak, yaitu mereka adalah orang yang memiliki kekurangse cara mental (cacat mental); 2) kaum dhu'afa dari segi sikap, yaitu mereka adalah orang yang terbelakang (cacat); 3). kaum dhu'afa dari segi ekonomi, yaitu mereka adalah orang yang fakir dan miskin; 4). kaum dhu'afa dari segi fisik, yaitu mereka adalah orang yang kurang tenaga.<sup>86</sup>

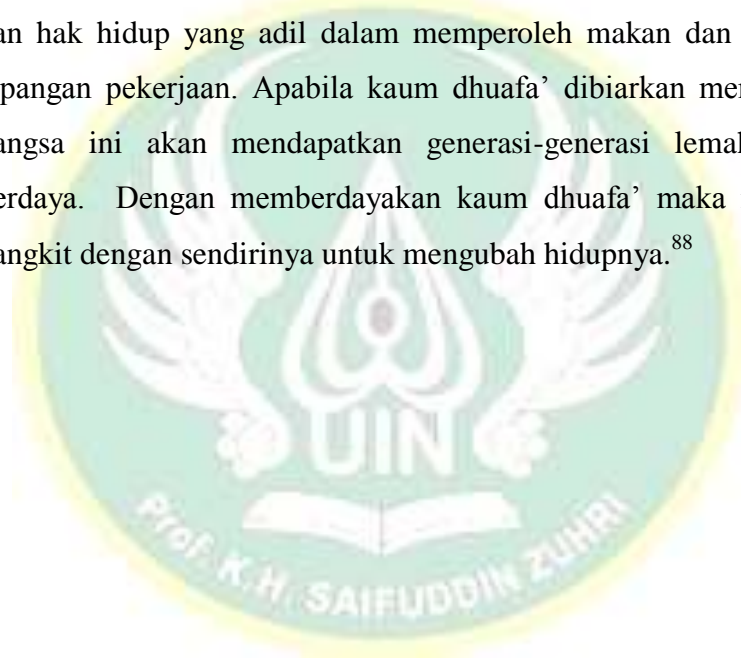
Menurut al-Isfahani, dhuafa' juga dikaitkan dengan jiwa (nafs), fisik maupun kondisi. Ayat-ayat yang menggunakan kata da'afa yang berarti lemah dapat diklasifikasikan 3 menjadi lemah keyakinan (QS. Ali Imran/3: 146), lemah fisik dan mental (QS. alRum/30: 53); (QS. al-Baqarah/2: 282); (QS. Hud/11: 91), lemah jiwa, kemauan dan cita-cita (QS. al-Nisa/4: 28), lemah ekonomi (QS. al-Nisa/4: 9); (QS. al-

---

<sup>86</sup> Achmad Muhajir, "Pola Pemberdayaan Zis Yayasan Lima Belas Juli (Yaliju) Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Dhu'afa," *Jurnal Bimas Islam*, Vol. 10, No. 4, 2017.

Baqarah/2: 266) dan lemah status sosial/kedudukan (QS. Ibrahim/14: 21); (QS. Ghafir/40: 47).<sup>87</sup>

Kaum dhuafa' disebut oleh Nabi Muhammad saw sebagai orang-orang yang sangat dekat dengan Nabi kelak di akhirat. Hidup mereka lebih berharga dari mereka yang memakan uang rakyat. Dan doa orang-orang Mustadh'afin (orang-orang yang terlemahkan) akan cepat dikabulkan oleh Allah SWT. Bahkan Nabi Muhammad saw bersabda, bahwa kelak Nabi akan bersama kaum dhuafa' di akhirat. Maka sudah selayaknya, sebagai umat Nabi Muhammad saw untuk membela kepentingan para dhuafa', berjuang memperoleh hak hidup yang layak dan hak hidup yang adil dalam memperoleh makan dan minum serta lapangan pekerjaan. Apabila kaum dhuafa' dibiarkan menderita maka bangsa ini akan mendapatkan generasi-generasi lemah dan tidak berdaya. Dengan memberdayakan kaum dhuafa' maka mereka akan bangkit dengan sendirinya untuk mengubah hidupnya.<sup>88</sup>



---

<sup>87</sup> Ahmad Farhan, "Alqur'an Dan Keberpihakan Kepada Kaum Duafa," *E Journal Iain Bengkulu*, 2015

<sup>88</sup> Arie Mutya Wulan Sari, "Pelaksanaan Bimbingan Agama Dalam Mengembangkan Kecerdasan Spiritual Remaja Di Yayasan Irtiqo Kebajikan Jakarta Selatan," (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2007)

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Metode Penelitian ini digunakan agar peneliti lebih mudah dalam menyusun skripsi. Dengan metode penelitian, skripsi akan lebih terarah dan tersusun dengan baik. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan peneliti yaitu metode penelitian Deskriptif Kualitatif.

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### 1. Jenis Penelitian

###### a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan (*field research*).<sup>89</sup>

Menurut Creswell, penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mendalami dan memahami makna dari seseorang atau kelompok orang yang berasal dari permasalahan sosial atau kemanusiaan. Selanjutnya, Creswell menjelaskan penelitian kualitatif melibatkan upaya penting seperti mengajukan pertanyaan, mengumpulkan data, menganalisis data secara induktif dan menafsirkannya.<sup>90</sup>

###### b. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif ini yaitu untuk mendeskripsikan, membuat gambaran secara tersusun dan akurat mengenai fakta-fakta tentang peristiwa yang diselidiki.<sup>91</sup>

---

<sup>89</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Hal. 3.

<sup>90</sup> Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), Hal. 2-3.

<sup>91</sup> Ditha Prasanti, "Penggunaan Media Komunikasi Bagiremaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan," *Jurnal Lontar*, Vol. 6, No. 1, (Januari-Juni 2018), Hal. 16.



## 2. Sumber data

Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Data primer

Menurut Umi Narimawati, data primer merupakan data yang berasal dari sumber pertama atau sumber asli, data ini tidak tersedia dalam bentuk file melainkan harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah lain yakni responden, yaitu orang yang dijadikan objek penelitian sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dan data.<sup>92</sup> Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara kepada Bapak Mudasir selaku ketua, Ibu Tarmi selaku sekretaris, Ibu Rustinah selaku bendahara, Ibu Sinah selaku divisi penghimpunan serta Ibu Anis selaku donatur tetap Pagubugan Cinta Sedekah. Penulis menjadikan mereka narasumber karena Bapak Mudasir adalah providernya, beliau pemimpin yang mempunyai kebijakan terkait tentang penghimpunan dan pendistribusian Pagubugan Cinta Sedekah ini. Begitu juga dengan sekretaris, bendahara dan divisi penghimpunannya karena mereka terlibat langsung dalam objek penelitian yang penulis teliti. Serta menjadikan donatur tetap sebagai narasumber karena untuk memastikan tidak adanya manipulatif pada objek yang penulis teliti.

### b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung diperoleh dari subyek penelitian. Sumber data ini diperoleh dari artikel, jurnal, hasil penelitian, buku-buku dan tulisan-tulisan yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini. Data sekunder adalah berupa dokumen yang berisi arsip-arsip yang dikumpulkan melalui observasi.<sup>93</sup>

---

<sup>92</sup> Nuning Indah Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi," *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol. 1, No. 2, Agustus 2017, Hal. 211.

<sup>93</sup> Ir. M. Iqbal Hasann. M. M., *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2002), Hal 82.

### 3. Subjek Dan Objek Penelitian

#### a. Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian yakni orang yang berada dalam latar penelitian yang menjadi sumber informasi. Selain itu, subjek penelitian juga diartikan sebagai orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi dalam latar penelitian.<sup>94</sup> Dalam penelitian ini, peneliti mengambil subjek yaitu beberapa pengurus Pagubugan Cinta Sedekah serta salah satu donatur tetap Pagubugan Cinta Sedekah. Diantaranya Pak Mudasir selaku ketua, Ibu Tarmi selaku sekretaris, Ibu Rustinah selaku bendahara, Ibu Sinah selaku divisi penghimpunan serta Ibu Anis selaku donatur tetap.

#### b. Objek penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian ini adalah strategi fundraising Pagubugan Cinta Sedekah dan pendistribusiannya kepada masyarakat Pagubugan Kecamatan Binangun Kabupaten Cilacap.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain:

#### a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dalam suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun secara tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.<sup>95</sup> Margono mengemukakan pengamatan secara langsung dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung objek penelitiannya ditempat terjadinya peristiwa, sedangkan tidak langsung dilakukan melalui media perantara seperti rekaman video, film, atau rangkaian foto.<sup>96</sup> Metode observasi lakukan dengan melihat, mengamati dan merasakan

---

<sup>94</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), Hal. 61.

<sup>95</sup> Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2013), Hal. 105.

<sup>96</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antarsari Press, 2011), Hal. 80.

secara langsung bagaimana strategi fundraising yang diterapkan Pagubugan Cinta Sedekah dan pendistribusiannya. Observasi pertama, saya pernah menghadiri acara pengajian umum Ustadzah Mumpuni pada 12 Juni 2019 yang diselenggarakan oleh PCS bertempat di halaman Musholla Nurussa'adah desa Pagubugan. Saat itu penulis baru mengetahui adanya komunitas sedekah, lalu observasi selanjutnya penulis ikut berpartisipasi dalam menyiapkan sembako untuk didistribusikan kepada para korban bencana alam banjir di Mujur, Kroya dan Nusawungu pada tanggal 22 November 2021. Observasi selanjutnya penulis mengamati media sosial facebook yang digunakan Pagubugan Cinta Sedekah dalam promosi penghimpunan dana.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.<sup>97</sup> Dalam wawancara tersebut saya menanyakan bagaimana awal terbentuknya komunitas Pagubugan Cinta Sedekah, siapa saja yang menjadi target atau sasaran pendistribusian dana sedekah serta dalam bentuk apa saja Pagubugan Cinta Sedekah menghimpun dan mendistribusikan dana atau barang sedekah.

c. Dokumentasi

Pengajian isi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan, arsip, gambar, foto, film, maupun dokumen lainnya. Dalam dokumen itu merupakan catatan penting yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti, dan dimungkinkan datanya lengkap, sah, bukan hanya berdasarkan perkiraan saja.<sup>98</sup> Dokumentasi disini peneliti mengambil data melalui

---

<sup>97</sup> Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, Cet-26, 2009, Hal. 186.

<sup>98</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Books, 2014), Hal. 84.

media yang berupa foto untuk menunjang penelitian. Agar peneliti tidak dikatakan memanipulasi hasil penelitian.

#### 5. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong, analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Tahapan analisis data merupakan tahapan tahapan yang paling penting dan menentukan pada tahapan ini data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian.<sup>99</sup>

Teknik analisis data yaitu sama dengan metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis data penelitian. Dimana semua data dianalisis lalu ditarik kesimpulan dari data yang sudah ada. Dalam penelitian ini yang digunakan dalam menganalisis data yang sudah diperoleh adalah dengan cara deskriptif. Yaitu dengan cara mendeskripsikan suatu fakta fakta kemudian di analisis.

---

<sup>99</sup> Joko Sulak Suwarno, "Manajemen Pelayanan Jamaah Haji Kementerian Agama Kabupaten Kendal Tahun 2015" (Semarang: Uin Walisongo, 2016), Hal. 21-22.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. PCS (Pagubugan Cinta Sedekah)**

##### **1. Sejarah Pagubugan Cinta Sedekah**

Sejarah Pagubugan Cinta Sedekah adalah berawal dari perkumpulan para TKI (Tenaga Kerja Indonesia) dan TKW (Tenaga Kerja Wanita) di Hongkong yang berasal dari desa Pagubugan Wetan dan Pagubugan Kulon, Kecamatan Binangun, Kabupaten Cilacap yang menggunakan waktu libur untuk berkumpul dengan sesama rekan dari desa. Kegiatan tersebut sering disebut dengan KOPDAR (Kopi Darat). Kegiatan KOPDAR tersebut juga tidak hanya sekedar kumpul-kumpul saja, namun diawal kegiatan mereka selalu rutin untuk yasin dan tahlil bersama lalu setelah itu sharing pengalaman mereka masing-masing. Kemudian dari kegiatan KOPDAR yang diadakan setiap *weekend* untuk menyambung silaturahmi dan “sambung sedulur” mereka memiliki inisiatif untuk membuat kegiatan positif lagi. Hal tersebut muncul saat mereka sedang KOPDAR, mereka melihat salah satu komunitas sosial yang sedang melaksanakan bakti sosial. Hal tersebut membuat hati mereka tergerak dan terinspirasi karena kegiatan tersebut adalah kegiatan yang baik, kegiatan yang positif. Maka muncullah gagasan untuk mencoba hal positif tersebut, dan sepakat untuk menyisihkan sebagian harta mereka untuk di sedekahkan.

Setelah kesepakatan tersebut, salah satu dari mereka menghubungi rekan TKI (Tenaga Kerja Indonesia) dan TKW (Tenaga Kerja Wanita) yang ada di Singapura, Malaysia, Taiwan dari Pagubugan Wetan dan Pagubugan Kulon untuk menggalang dana sedekah. Lalu di serahkan ke pihak desa Pagubugan Wetan dan Pagubugan Kulon untuk di serahkan kepada orang yang membutuhkan.<sup>100</sup> Mengingat mereka sendiri adalah warga Pagubugan, jadi mereka lebih mengutamakan warga Pagubugan.

---

<sup>100</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Sinah, Di Rumah Beliau, Tanggal 1 September 2022.

Dimana warga Pagubugan masih banyak yang kurang mampu atau bisa di katakan miskin.

Lambat laun mereka semakin aktif untuk berbagi dan sering juga menghubungi pihak desa, sehingga pada tanggal 5 Januari 2016 mereka meresmikan perkumpulan mereka menjadi komunitas sosial dengan nama Pagubugan Cinta Sedekah. Hal tersebut diharapkan agar komunitas ini lebih terstruktur dan lebih maju serta semakin dikenal oleh masyarakat. Setelah diresmikan, mereka merekrut anggota baik di luar negeri maupun di desa. Anggota di desa diamanati untuk mendata target atau penerima sedekah. Sedangkan yang di luar negeri diutus untuk menjadi donatur agar menyisihkan sebagian dari hartanya untuk di sedekahkan ke yang lebih membutuhkan. Selain berbagi, komunitas Pagubugan Cinta Sedekah juga memiliki beberapa program seperti santunan anak yatim, santunan fakir miskin, bakti sosial, bantuan spontan, serta pengajian.<sup>101</sup>

## 2. Visi Misi Pagubugan Cinta Sedekah

### a. Visi Pagubugan Cinta Sedekah

Mengelola sedekah serta membantu Dhuafa dan mensejahterakannya agar Barokah, secara Amanah, Istiqomah, Transparan dan Profesional.

### b. Misi Pagubugan Cinta Sedekah

- 1) Meningkatkan kesadaran sesama umat untuk berbagi melalui sedekah dan kegiatan sosial kemasyarakatan.
- 2) Menjalin dan mempererat tali persaudaraan dalam hidup bermasyarakat.
- 3) Memaksimalkan peran sedekah dalam menanggulangi kemiskinan di lingkungan sekitar.

Mewujudkan kaum dhuafa dan yatim piatu secara bertahap menjadi Muzakki (orang yang mampu) sehingga bangkit dari kemiskinan menuju kemandirian.

---

<sup>101</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Tarmi, Di Rumah Beliau, Tanggal 6 Agustus 2022.

### 3. Susunan Pengurus Pagubugan Cinta Sedekah

#### **SUSUNAN PENGURUS PAGUBUGAN CINTA SEDEKAH**

<b>Ketua</b>	: Mudasir
<b>Wakil Ketua</b>	: Dell Menut
<b>Sekretaris</b>	: 1. Tarmi 2. Feri
<b>Bendahara</b>	: 1. Rustinah 2. Masdar
<b>Divisi Penghimpunan</b>	: 1. Sinah 2. Winharyanja 3. Aldi
<b>Divisi Pendistribusian</b>	: 1. Maria 2. Rumiatus Khasanah 3. Wasini
<b>Divisi Driver</b>	: 1. Daris 2. Gendon 3. Anggi

### 4. Program Kerja dan Kegiatan Pagubugan Cinta Sedekah

Dalam melaksanakan amanat para donatur, Pagubugan Cinta Sedekah telah melaksanakan kegiatan selama periode kepengurusan. Kegiatan tersebut dapat dijabarkan secara garis besar dan sederhana sebagai berikut :

#### a. Yasin dan Tahlil

Kegiatan ini rutin dilakukan oleh Pagubugan Cinta Sedekah saat adanya perkumpulan dalam rangka silaturahmi dan bentuk rasa syukur karena masih dapat berkumpul dan bertatap muka di sela-sela kesibukan masing-masing.

#### b. Santunan anak yatim piatu

Program santunan *merupakan* program kepedulian terhadap anak-anak yatim piatu dengan tujuan mensejahterakan mereka. Besar

santunan yang di berikan tergantung dengan anggaran yang sudah di buat Pagubugan Cinta Sedekah. Program ini dilaksanakan pada bulan muharram setiap tahunnya.



Gambar 1. A : Santunan Anak Yatim

c. Bakti Sosial

Bakti sosial atau lebih dikenal dengan baksos ini merupakan, suatu kegiatan wujud dari kepedulian atau rasa kemanusiaan terhadap sesama. Dimana dengan adanya kegiatan ini kita dapat merekatkan rasa kekerabatan kita terhadap orang lain. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan manfaat bagi yang menerima. Kegiatan ini dilaksanakan setiap menjelang hari raya Idul Fitri. Selain itu, Pagubugan Cinta Sedekah juga ikut serta dalam tanggap bencana. Saat ada bencana alam di desa lain, Pagubugan Cinta Sedekah langsung menggalang dana untuk dapat memberikan bantuan kepada korban bencana alam.





Gambar 2. A : Bakti Sosial Kepada Korban Bencana Banjir

d. Bantuan Spontan

Bantuan spontan ini termasuk kegiatan rutin setiap 6 bulan sekali dengan besar bantuan 500.000/orang dan didistribusikan kepada 6 orang. 6 orang tersebut dibagi menjadi 2, 3 orang dari desa Pagubugan Wetan dan 3 orang dari desa Pagubugan Kulon. Bantuan spontan di serahkan kepada orang yang membutuhkan dimana ada yang sedang sakit berat, janda tua, dan yang lainnya.



Gambar 3. A : Bantuan Spontan Kepada Warga Yang Terkena Musibah Sakit

e. Pengajian

Kegiatan pengajian dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran aspek keagamaan dan dalam meningkatkan kesadaran bersedekah. Kegiatan ini belum menjadi kegiatan rutin bagi Pagubugan Cinta Sedekah mengingat anggaran yang besar. Namun Pagubugan sudah pernah beberapa kali mengadakan pengajian baik di Luar Negeri untuk para anggota KOPDARnya maupun di desa Pagubugan itu sendiri. Seperti pada program kerja pertama Pagubugan Cinta Sedekah berhasil mengadakan acara pengajian KH. Syakirun (KIRUN CS) di desa Pagubugan untuk masyarakat umum. Pagubugan Cinta Sedekah juga pernah mengadakan pengajian dengan Ustadzah Mumpuni dan bertempat di desa Pagubugan.

5. Strategi Fundraising Pagubugan Cinta Sedekah

Langkah awal yang dilakukan oleh PCS (Pagubugan Cinta Sedekah) dalam mengumpulkan dana yaitu dengan :

a. Menetapkan Tujuan dan Target

Langkah utama dalam perencanaan strategi adalah dengan menetapkan tujuan dan target secara spesifik. Proses ini harus mencakup semua gambaran rinci atau detail dari setiap tujuan serta target sasaran harus jelas. Diketahui tujuan fundraising itu sendiri selain untuk mengumpulkan dana adalah untuk meningkatkan jumlah donatur.<sup>102</sup> Langkah pertama yaitu dengan mengidentifikasi calon donatur, yakni mencari tau bagaimana profil calon donatur. Karena bagaimanapun juga, donatur mempunyai peran penting dalam fundraising. Hal ini bertujuan untuk memudahkan bagi fundraiser dalam menghimpun dana.<sup>103</sup>

---

<sup>102</sup> Iqbal Rafiqi, "Strategi Fundraising Zakat Infaq Shadaqah Di Lazisnu Dan Lazismu Kabupaten Pamekasan" (Surabaya, Uin Sunan Ampel, 2019), hal. 41.

<sup>103</sup> Audina Amalia Syafira, "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat (Laz) Azka Al-Baitul Amien Kabupaten Jember," (Jember, Uin Kiai Haji Achmad Siddiq, 2022)

Dalam hal ini pagubugan cinta sedekah (PCS) menetapkan target yang akan dijadikan donatur, pagubugan cinta sedekah karena berawal dari para TKI dan TKW maka mereka menggandeng para TKI dan TKW sebagai donatur tetap. Tujuannya agar lebih mempermudah untuk para pengurus dalam melaksanakan penghimpunan dana. Mengetahui kemana mereka harus mencari.

“Kalau kami yang paling utama dalam mencari dana ke grup TKI dan TKW Pagubugan yang masih di Luar Negeri setelah itu kami menerima berapapun dan siapapun orang luar Pagubugan yang ingin bersedekah melalui tangan Pagubugan Cinta Sedekah kami terima dengan senang hati”<sup>104</sup>.

b. Merumuskan Strategi Untuk Mencapai Tujuan dan Target

Dalam merumuskan suatu strategi organisasi, terdapat beberapa hal yang harus ditetapkan, diantaranya:

- 1) Perencanaan untuk mencapai sasaran-sasaran yang hendak di raih guna mewujudkan sebagian atau keseluruhan visinya.
- 2) Langkah apa yang akan ditempuh untuk meraih sasaran-sasaran yang telah direncanakan sebelumnya.

Pada tahap selanjutnya, strategi-strategi yang telah direncanakan dibagi dalam perencanaan program-program riil berjangka pendek, menengah dan panjang yang bisa terjangkau, perencanaan operasional, serta perencanaan berbagai aktivitas.<sup>105</sup>

Dalam Pagubugan Cinta Sedekah dalam pencarian dana dengan perencanaan program terlebih dahulu.

“Misalkan kami punya program seperti bagi sembako, maka kami posting untuk pencarian dana nya. Modelnya kan kami update di Facebook dan Grup”<sup>106</sup>

c. Menentukan Sumber Daya Yang Akan Diperlukan

Ada empat sumber daya yang harus diperhatikan yaitu: sumber daya material, sumber daya finansial, sumber daya manusia, dan sumber daya informasi. Dalam hal ini, Pagubugan Cinta Sedekah tidak

<sup>104</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Sinah, Di Rumah Beliau, Tanggal 1 September 2022.

<sup>105</sup> Aime Heene Dkk, Manajemen Strategik Keorganisasian Public, (Bandung: Pt Refika Aditama, 2010), hal. 172.

<sup>106</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Sinah, Di Rumah Beliau, Tanggal 1 September 2022.

begitu mementingkan sumber daya. Karena Pagubugan Cinta Sedekah sendiri adalah komunitas yang berasal dari TKI dan TKW jadi tidak begitu paham akan menentukan sumber daya yang diperlukan dalam strategi penghimpunan dana.

## 6. Bentuk Strategi Fundraising

### a. Direct Fundraising

Bentuk strategi fundraising secara langsung yaitu teknik atau cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung artinya pengaruh atau upaya yang dilakukan fundraiser jika mendapatkan respon dari donatur maka langsung dapat di akomodasi.<sup>107</sup> Sebagai contoh, direct email (penggalangan dana lewat surat), telefundraising, membership, kencleng ummat dan masih banyak lainnya.

Dalam penghimpunan dana secara langsung Pagubugan Cinta Sedekah memanfaatkan media digital, dimana sekarang kebanyakan orang selalu menggunakan aplikasi WhatsApp sehingga para anggota Pagubugan Cinta Sedekah menyusun strategi untuk dapat menghimpun dana secara langsung dengan sasaran donatur yaitu para TKI dan TKW. Dimana saat itu ada GRUP WhatsApp perkumpulan TKI dan TKW jadi salah satu pengurus Pagubugan Cinta Sedekah bisa masuk untuk tujuan menggalang dana sedekah. Selain aplikasi WhatsApp, Pagubugan Cinta Sedekah juga memanfaatkan media sosial Facebook. Karena di Facebook lingkungannya lebih luas lagi sehingga selain memperkenalkan PCS juga dapat menghimpun dana sebanyak-banyaknya.

Selain itu, metode fundraising secara langsung juga dilakukan Pagubugan Cinta Sedekah dengan cara door to door. Dimana yang bertugas adalah anggota mereka yang berada di desa, mereka mengumpulkan data siapa saja yang kira nya dapat dijadikan donatur di desa tersebut. Nama-nama mereka dilist lalu setelah itu mereka datangi

---

<sup>107</sup> Aan Zainul Anwar, Evi Rohmawati, Miftah Arifin, "Strategi Fundraising Zakat Profesi Pada Organisasi Pengelola Zakat (Opz) Di Jepara," *Jurnal Conference On Islamic Management, Accounting, And Economics (Cimae) Proceeding*, Vol. 2, 2019, hal. 123.

langsung kerumahnya dengan niat baik dan tata cara yang sopan. Selain itu, mereka juga menggunakan proposal untuk menunjukkan bahwa mereka berangkat dari komunitas Pagubugan Cinta Sedekah dengan niat yang baik dan kegiatan yang jelas. Hal tersebut dilakukan untuk membangun kepercayaan para donatur terhadap Pagubugan Cinta Sedekah.

Selain menggunakan media digital dan door to door, Pagubugan Cinta Sedekah juga menggalang dana dengan cara menyediakan kotak amal. Kotak amal tersebut ditempatkan di beberapa warung desa Pagubugan Cinta Sedekah.<sup>108</sup>



Gambar 4. A : Kaleng Amal Pagubugan Cinta Sedekah

#### b. Strategi Fundraising Secara Tidak Langsung

Strategi fundraising tidak langsung biasanya melibatkan pihak ketiga dalam mempromosikan penggalangan dana suatu lembaga. Dengan begitu diharapkan dana yang terhimpun dapat terkumpul maksimal untuk dimanfaatkan. Sebagai contoh, Baznas yang bekerja sama dengan tokopedia dalam melakukan donasi. Jadi, donatur bisa melakukan donasi melalui tokopedia yang kemudian akan disalurkan ke baznas. Contoh lain dari adalah advertorial, melalui referensi liyan atau melalui perantara, mediasi public figure, menjalin relasi, penyelenggaraan event.<sup>109</sup>

<sup>108</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Rustinah, Di Rumah Beliau, Tanggal 1 September 2022.

<sup>109</sup> Miftahul Huda, "Model Manajemen Fundraising Wakaf," *Jurnal Ahkam*, Vol. 13, No. 1, Januari 2013.

Dalam bentuk *indirect fundraising*, Pagubugan Cinta Sedekah belum melakukannya. Karena keterbatasan kualitas sumber daya manusia yang rendah. Seperti yang di ungkapkan oleh bapak Mudasir selaku ketua Pagubugan Cinta Sedekah.

“kalau untuk menghimpun dana yang melibatkan pihak ketiga belum bisa si, mengingat kami kan dari orang-orang berpendidikan rendah yang taunya nyari duit dengan jerih payah tenaga. Belum ada yang bisa mengonsep penghimpunan dengan model tersebut. Yang penting jalan dan sejalannya saja.”

### c. Strategi Digital Fundraising

Strategi digital *fundraising* yang digunakan dalam penghimpunan dana sedekah yaitu secara *organic* dan *paid*. *Organic fundraising* adalah aktivitas dalam penghimpunan dana tanpa menggunakan biaya untuk beriklan, sedangkan *paid fundraising* adalah aktivitas dalam penghimpunan dana dengan mengeluarkan biaya untuk beriklan menawarkan program-program dari organisasi atau komunitas. Sedangkan *Organic fundraising* atau penghimpunan secara organik mengacu pada segala bentuk penghimpunan dana secara digital yang tidak melibatkan iklan berbayar. Contoh *organic fundraising*: search engine optimization (seperti website), organic sosial media (facebook, instagram, twitter dan lain-lain), email marketing, promosi menggunakan WhatsApp. Contoh *paid fundraising*: Google Ads, Sosial Media Ads, Youtube Ads.<sup>110</sup>

Strategi ini yang menjadi senjata utama Pagubugan Cinta Sedekah, dengan strategi ini Pagubugan Cinta Sedekah dapat tetap eksis di kalangan para donatur luar negeri maupun dalam negeri. Karena di era digital sekarang, kebanyakan orang pasti membuka media sosialnya seperti facebook. Serta target utama dari PCS adalah TKI dan TKW, mereka sering menggunakan media sosial facebook. Hal tersebut

---

<sup>110</sup> Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, Ibdalsyah, “Strategi Digital Fundraising Dalam Menghimpun Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1, 2022, Hal. 7.

didasarkan pada wawancara yang dilakukan bersama Ibu Sinah selaku divisi penghimpunan sebagai berikut:

“Kita mengandalkan penggalangan dana melalui facebook untuk menjalankan program kerja seperti bakti sosial, santunan anak yatim, serta biaya operasional investasi yang dimiliki oleh PCS yaitu mobil siaga. Karena kebanyakan kan donatur dari Pagubugan Cinta Sedekah adalah Ibu-Ibu, Bapak-Bapak kami sendiri kan juga bisanya hanya menggunakan media sosial facebook dan WhatsApp, paling sesekali kami selain menghimpun dana melalui facebook kami juga menghimpun dana melalui grup WhatsApp grup WhatsApp eks TKI dan TKW”<sup>111</sup>



Gambar 5. A : Penghimpunan Dana Via Facebook

Pagubugan Cinta Sedekah menggunakan media sosial facebook untuk membagikan informasi serta untuk marketing fundraising atau promosi penghimpunan dimana dalam media sosial facebook dijadikan untuk beringteraksi dengan masyarakat. Selain itu facebook juga dapat digunakan untuk memberikan laporan serta media kampanye terkait program-program yang direncanakan dan yang sudah dilaksanakan. Di facebook Pagubugan Cinta Sedekah juga diinformasikan beberapa nomor rekening yang digunakan untuk memudahkan para donatur dalam menyalurkan dana sedekah.

<sup>111</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Tarmi, Dirumah Beliau, Tanggal 4 Januari 2022.

## 7. Langkah-langkah Pendistribusian Pagubugan Cinta Sedekah

Langkah-langkah Pendistribusian yang dilakukan oleh Pagubugan Cinta Sedekah adalah dengan langkah pendistribusian Konsumtif

- a. Perencanaan, Pada perencanaan ini ditujukan agar pendistribusian bisa tepat sesuai sasaran dan memenuhi kebutuhan dasarnya. Pagubugan Cinta Sedekah dalam melakukan perencanaan yaitu dengan menentukan target atau sasaran distribusi serta menentukan anggaran dana yang diperlukan.
- b. Observasi lapangan, yaitu melakukan riset lapangan menentukan masyarakat yang akan mendapatkan bantuan, serta menentukan jenis bantuan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dilapangan. Dengan adanya observasi ini maka bantuan dapat diberikan sesuai skala prioritas. Pada langkah ini, Pagubugan Cinta Sedekah melakukan riset lapangan dengan cara menanyakan langsung data kepada tokoh masyarakat seperti kepada RT/RW. Dalam program santunan anak yatim Pagubugan Cinta Sedekah meminta data anak yatim piatu kepada setiap dusun dan menyeleksi target berdasarkan pendidikan. Bagi yang sudah SMA sudah tidak menerima santunan.
- c. Tenaga lapangan, tenaga lapangan ini menentukan pelaksanaan program. Di Pagubugan Cinta Sedekah, yang melaksanakan program adalah semua pengurus. Karena bagi mereka itu adalah tugas bersama.
- d. Pelaksanaan, Pada pelaksanaan pendistribusian dana sedekah tidak langsung diberikan kepada mustahiq, akan tetapi dibutuhkan koordinasi dengan pihak-pihak terkait guna bisa berjalannya program dengan baik.
- e. Evaluasi, Pada tahapan ini, bertujuan untuk meninjau ulang program yang telah dilaksanakan dari berbagai aspek. Hal ini bertujuan agar program yang berjalan apakah ada kekurangan atau tidak, maka program selanjutnya dipersiapkan lebih matang.<sup>112</sup>

---

<sup>112</sup> Ai Waryanah, "Pendistribusian Zakat Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat" (Bandung, Uin Sunan Gunung Djati, 2021) Hal. 40-43.



Namun pada tahap evaluasi, Pagubugan Cinta Sedekah tidak melakukan hal tersebut. Seperti yang di paparkan oleh Ibu Rustinah selaku bendahara Pagubugan Cinta Sedekah dalam wawancara mengenai pendistribusian secara konsumtif yaitu:

“Saat akan ada kegiatan rutin seperti santunan anak yatim yang dilaksanakan setiap bulan muharram, kita hitung dulu per anak mau dikasih berapa, lalu mau diberikan secara door to door atau mau dikumpulkan anak-anaknya. Sehingga semua itu dirancang sedemikian rupa berupa anggaran biaya distribusi acara santunan anak yatim dan piatu. Begitu juga dilakukan pada program-program lainnya seperti program baksos, pengajian dan lain sebagainya. Kalau untuk evaluasi tidak ada hanya ada laporan keuangan keluar masuk difoto dan disampaikan di grup WhatsApp”.

The image contains two photographs of handwritten financial documents. The left photograph shows a list of names and amounts, with some names underlined. The right photograph shows a table with columns for names and amounts, with some names underlined.

No	Nama	Jumlah
1	...	...
2	...	...
3	...	...
4	...	...
5	...	...
6	...	...
7	...	...
8	...	...
9	...	...
10	...	...
11	...	...
12	...	...
13	...	...
14	...	...
15	...	...
16	...	...
17	...	...
18	...	...
19	...	...
20	...	...
21	...	...
22	...	...
23	...	...
24	...	...
25	...	...
26	...	...
27	...	...
28	...	...
29	...	...
30	...	...
31	...	...
32	...	...
33	...	...
34	...	...
35	...	...
36	...	...
37	...	...
38	...	...
39	...	...
40	...	...
41	...	...
42	...	...
43	...	...
44	...	...
45	...	...
46	...	...
47	...	...
48	...	...
49	...	...
50	...	...
51	...	...
52	...	...
53	...	...
54	...	...
55	...	...
56	...	...
57	...	...
58	...	...
59	...	...
60	...	...
61	...	...
62	...	...
63	...	...
64	...	...
65	...	...
66	...	...
67	...	...
68	...	...
69	...	...
70	...	...
71	...	...
72	...	...
73	...	...
74	...	...
75	...	...
76	...	...
77	...	...
78	...	...
79	...	...
80	...	...
81	...	...
82	...	...
83	...	...
84	...	...
85	...	...
86	...	...
87	...	...
88	...	...
89	...	...
90	...	...
91	...	...
92	...	...
93	...	...
94	...	...
95	...	...
96	...	...
97	...	...
98	...	...
99	...	...
100	...	...

Gambar 6. A : Daftar Nama Mustahiq Dan Anggaran Biaya Belanja Bansos PCS

The image shows an open notebook with two pages. The left page contains a list of names, likely the names of orphans and orphans. The right page contains a table with multiple columns and rows, which appears to be a budget or activity schedule for the orphanage and orphan care activities.

Gambar 7. A : Daftar Nama Anak Yatim Dan Piatu Serta Anggaran Acara Santunan

#### 8. Bentuk Distribusi Pagubugan Cinta Sedekah

Bentuk pendistribusian salah satunya adalah Bantuan sesaat, Bantuan sesaat yang dimaksud disini bukan hanya bantuan yang hanya diberikan satu kali saja akan tetapi tidak adanya target kemandirian mustahiq. Hal ini disebabkan karena mustahiq tidak memungkinkan untuk terjadinya kemandirian, seperti orang sudah jompo, orang yang cacat atau orang yang terkena bencana.

Pagubugan Cinta Sedekah mendistribusikan dana sedekah dalam bentuk bantuan sesaat dan bentuk distribusi konsumtif tradisional. Bantuan sesaat di Pagubugan Cinta Sedekah diberi nama dengan Bantuan spontan uang yang diberikan kepada mustahiq atau dhuafa yang sedang sakit parah. Untuk distribusi yang bersifat konsumtif tradisional sendiri, PCS selalu mengulurkan bantuan kepada korban bencana banjir. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Sinah, selaku divisi penghimpunan dana;

“Kami ada program bantuan rutin satu orang itu 500.0000, yang kami beri nama istilah bantuan spontan. Jadi misalkan ada orang yang kurang mampu tapi mereka sedang sakit kemudian kami beri bantuan. Bantuan spontan setiap bulannya mencari 6 orang yang sedang benar-benar butuh bantuan dari kita”.

Selain bentuk distribusi bantuan sesaat, juga ada bentuk inovasi distribusi dikategorikan dalam empat bentuk sebagai berikut:

e. Distribusi bersifat konsumtif tradisional,

Distribusi bersifat konsumtif tradisional, yaitu dibagikan kepada mustahiq untuk dimanfaatkan secara langsung, contohnya dibagikan atau didistribusikan secara langsung kepada para korban bencana alam. Distribusi ini juga yang dilakukan oleh Pagubugan Cinta Sedekah, Pagubugan Cinta Sedekah selalu memberikan bantuan kepada korban bencana alam.

f. Distribusi bersifat konsumtif kreatif,

Distribusi bersifat konsumtif kreatif, yaitu diwujudkan dalam bentuk lain dari barangnya semula seperti diberikan dalam bentuk alat-alat sekolah atau beasiswa. Pada distribusi bentuk ini, Pagubugan Cinta Sedekah belum pernah dilakukan, mengingat belum ada rancangan dalam pelaksanaan distribusi konsumtif kreatif, namun niat untuk lebih mengembangkan dan membangun citra nama Pagubugan Cinta Sedekah ada untuk membantu lebih banyak lagi orang yang membutuhkan dengan bentuk yang berinovasi dan bermacam-macam. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Sinah, selaku divisi penghimpunan Pagubugan Cinta Sedekah.

“Kalau bentuk beasiswa belum ada, mengingat dana kita yang baru cukup untuk melaksanakan program rutin kita. Namun niat baik untuk hal tersebut ada, apalagi dalam hal pendidikan, mengingat masih banyak anak yang kurang beruntung yang tidak bisa melanjutkan sekolahnya karena faktor ekonomi orang tua.”

g. Distribusi bersifat produktif tradisional,

Distribusi bersifat produktif tradisional diberikan dalam bentuk barang-barang yang produktif seperti kambing, sapi, dan lainnya. Pemberian dalam bentuk ini akan menciptakan suatu usaha yang membuka lapangan kerja bagi fakir miskin. Pagubugan Cinta

Sedekah tidak pernah melakukan distribusi bersifat produktif tradisional.

h. Distribusi dalam bentuk produktif kreatif,

Distribusi dalam bentuk produktif kreatif yaitu diwujudkan dalam bentuk permodalan baik untuk membangun proyek sosial atau menambah modal pedagang pengusaha kecil.<sup>113</sup>

Pada distribusi dalam bentuk produktif kreatif Pagubugan Cinta Sedekah belum pernah melakukannya, Pagubugan Cinta Sedekah mengutamakan sasaran distribusi terlebih dahulu. Sedangkan untuk menambah modal pedagang pengusaha kecil belum masuk dalam sasaran distribusi Pagubugan Cinta Sedekah.

## B. Analisis Data

Pada saat proses penyusunan data dengan fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Penulis menggunakan beberapa metode yang memang digunakan saat penelitian. Seperti observasi, wawancara, dan juga dokumentasi. Berikut analisis data pada penelitian isi:

1. Strategi fundraising yang diterapkan di Pagubugan Cinta Sedekah Kecamatan Binangun Kabupaten Cilacap dalam menghimpun dana donatur.

Pada umumnya, pagubugan cinta sedekah adalah komunitas yang mengajak masyarakat untuk bersedekah untuk membantu sesama ummat. Dan menumbuhkan rasa kewajiban bersedekah bagi donatur sendiri. Hal tersebut sesuai dengan tujuan dari fundraising yaitu menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan dan pendukung, membangun citra lembaga dan memuaskan donatur. Untuk mengetahui hal tersebut, penulis menanyakan langsung kepada salah satu donatur tetap melalui wawancara via video call WhatsApp. Berikut yang dipaparkan Ibu Anis selaku donatur tetap yang masih berada di Hongkong:

---

<sup>113</sup> Ai Waryanah, "Pendistribusian Zakat Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat" (Bandung, Uin Sunan Gunung Djati, 2021) Hal. 33-34.

”Saya pribadi percaya dengan PCS karena saya niatnya bersedekah untuk yang membutuhkan, niat baik tidak berprasangka buruk kepada PCS. PCS sangat membantu kami dalam mengulurkan tangan kami untuk bersedekah membantu sesama yang lebih membutuhkan. Menambah semangat dalam mencari uang dan menyisihkan sebagian harta saya untuk di sedekahkan. Serta kegiatan PCS juga transparan sangat membantu apabila di publikasikan di media sosial. Jadi, perkembangannya juga lebih dimengerti”.

Selanjutnya, terkait dengan langkah-langkah yang dilakukan Pagubugan Cinta Sedekah dalam menghimpun dana, Pagubugan Cinta Sedekah menetapkan tujuan dan target terlebih dahulu. Menetapkan target untuk tujuan program kerja yang akan dilaksanakan dalam waktu dekat maupun dalam jangka panjang. Serta merumuskan bagaimana agar mencapai target yang telah ditetapkan. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Tarmi selaku sekretaris Pagubugan Cinta Sedekah.

“Dalam mencapai sesuatu kita mikir dulu bagaimana dengan uang segini harus bisa tetap berjalanya program kerja, untuk itu kita giat dalam menghimpun dana. Sebisa mungkin kita aktif di masyarakat dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan desa serta berpartisipasi dalam kegiatan program kerja organisasi lainnya untuk membangun relasi dan membuktikan bahwa Pagubugan Cinta Sedekah itu ada sehingga mereka simpati dengan kita saat kita akan mengadakan acara atau melaksanakan program bantuan.”

Dalam melakukan langkah selanjutnya, yaitu langkah menentukan sumber daya yang diperlukan. Pagubugan Cinta Sedekah belum begitu paham akan hal tersebut. Karena Pagubugan Cinta Sedekah sendiri adalah komunitas yang berasal dari sumber daya manusia yang kurang berkompeten. Dimana mereka hanya menerapkan prinsip yang penting jalan. Seperti yang di paparkan oleh Ibu Tarmi, selaku sekretaris Pagubugan Cintan Sedekah.

“Kalau untuk anggota dan pengurus, kami menganggap semua pengurus karena ini didirikan dari kami sendiri untuk mereka. Kita membangun bersama-sama untuk hal kebaikan.”

Adapun bentuk strategi Pagubugan Cinta Sedekah dalam menghimpun dana yakni ada 2 bentuk, diantaranya;

- a. Direct fundraising, digunakan dengan teknik atau cara yang melibatkan sebuah partisipasi donatur secara langsung. Direct fundraising yang dilakukan Pagubugan Cinta Sedekah diantaranya:
  - 1) Door to door, yang diartikan sebagai layanan penjemputan dana sedekah. Para donatur biasanya menyampaikan lewat WhatsApp atau di Facebook Pagubugan Cinta Sedekah. Door to door ini dilakukan di rumah donatur langsung, atau bisa juga para donatur yang datang langsung ke rumah salah satu pengurus Pagubugan Cinta Sedekah.
  - 2) Kotak amal, Pagubugan Cinta Sedekah menggunakan kaleng toples untuk menghimpun dana secara langsung yang di tempatkan di warung-warung Pagubugan dan sekitarnya. Hal tersebut juga untuk menyadarkan masyarakat bahwa sedekah bisa dari hal sekecil apapun dan seberapa pun itu.
- b. Digital fundraising, penghimpunan dana secara digital. Adapun jenis dari digital fundraising itu sendiri yaitu dua macam; organic dan paid. Organic fundraising bentuk penghimpunan dana secara digital yang tidak melibatkan iklan berbayar. Sedangkan paid fundraising melibatkan iklan berbayar. Pagubugan Cinta Sedekah menggunakan bentuk organic fundraising. Organic fundraising Pagubugan Cinta Sedekah menggunakan sosial media. Pagubugan Cinta Sedekah menggunakan sosial media , seperti Facebook dan WhatsApp. Dengan cara memposting pamflet atau foto dan menuliskan tujuan digunakannya dana tersebut. Pagubugan Cinta Sedekah juga memberikan layanan di media sosial Facebook dengan menginformasikan nomor rekening khusus untuk para donatur agar bisa langsung transfer atau menyumbangkan dana sedekahnya ke nomor rekening tersebut, hal itu guna untuk memudahkan donatur. Selain luasnya jangkauan jejaring sosial media, Facebook juga dijadikan

sebagai galeri oleh Pagubugan Cinta Sedekah. Mereka memposting kegiatan yang telah dilakukan dan transparan terhadap donatur. Diketahui dari paparan Ibu Sinah selaku divisi penghimpunan Pagubugan Cinta Sedekah.

“Kami menjadikan facebook sebagai media utama kami dalam menghimpun dana, selain itu kami juga memanfaatkan facebook untuk menyimpan momen-momen yang telah kami lakukan. Selain itu kami juga memposting dana masuk dari donatur untuk membangun kesadaran akan bersedekah dan berlomba-lomba dalam hal kebaikan sehingga dapat menambah donatur baru.”

2. Pendistribusian dana sedekah yang dilakukan Pagubugan Cinta Sedekah kepada masyarakat Desa Pagubugan Kecamatan Binangun Kabupaten Cilacap

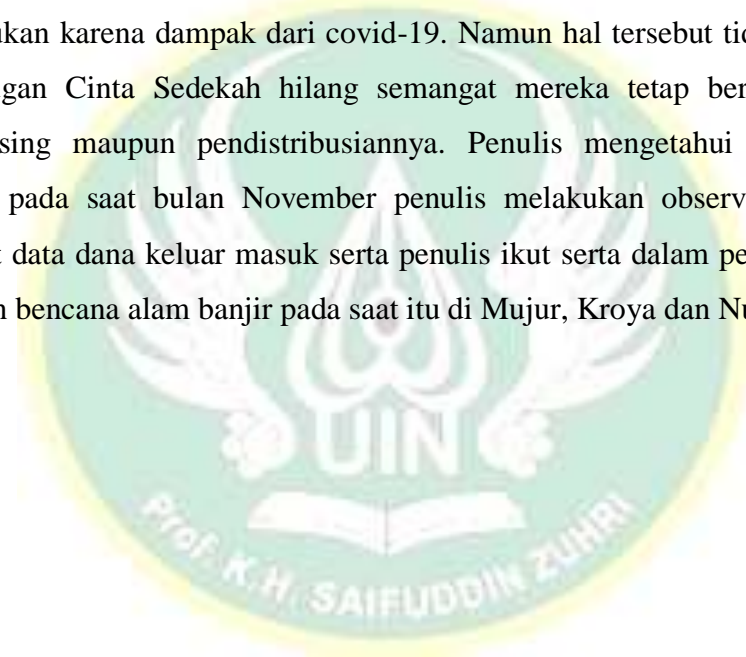
Dalam pendistribusian, Pagubugan Cinta Sedekah menerapkan langkah-langkah pendistribusian konsumtif. Pada perencanaan PCS sudah memenuhi kebutuhan dasarnya. Dalam observasi lapangan PCS menentukan jenis bantuan yaitu bentuk uang dan barang. Dalam menentukan masyarakat yang akan mendapat bantuan, Pagubugan Cinta Sedekah sudah sesuai dengan sasaran target distribusi yang dijelaskan di atas. Tenaga lapangan dalam pendistribusian semua pengurus Pagubugan Cinta Sedekah. Karena bagi mereka itu adalah kewajiban bersama, kewajiban mereka semua. Walaupun dalam pelaksanaan pendistribusian Pagubugan Cinta Sedekah membentuk panitia kecil. Hal tersebut untuk memudahkan koordinasi.

Namun Pagubugan Cinta Sedekah tidak melaksanakan evaluasi. Dimana evaluasi sangat penting dalam hal memperbaiki kesalahan-kesalahan serta meningkatkan program-programnya. Pagubugan Cinta Sedekah hanya melakukan komunikasi lewat grup WhatsApp setiap sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan.

Lalu bentuk pendistribusian yang dilakukan Pagubugan Cinta Sedekah adalah bentuk bantuan sesaat dan distribusi bersifat konsumtif

tradisional. Dimana mereka hanya mendonasikan berupa uang, dan barang.

Dari proses pengumpulan data penulis menganalisis hasil penelitiannya, dimana pada hasil fundraising yang dilakukan oleh Pagubugan Cinta Sedekah berhasil meraih dana puluhan juta rupiah. Dimana dana yang masuk periode Januari sampai September sekitar 36. 713.000 rupiah ditambah saldo tahun sebelumnya yaitu 24. 603. 498 rupiah total dana yang dikelola yaitu 61. 316. 498 rupiah. Dari dana tersebut yang terdistribusikan yaitu 48. 975.000 rupiah. Dana keluar masuk Pagubugan Cinta Sedekah tergolong stabil namun pada tahun 2021 periode April sampai November ada sedikit penurunan pada pemasukan karena dampak dari covid-19. Namun hal tersebut tidak membuat Pagubugan Cinta Sedekah hilang semangat mereka tetap bergerak dalam fundraising maupun pendistribusiannya. Penulis mengetahui hal tersebut karena pada saat bulan November penulis melakukan observasi langsung melihat data dana keluar masuk serta penulis ikut serta dalam pendistribusian bantuan bencana alam banjir pada saat itu di Mujur, Kroya dan Nusawungu.





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis melalui pemaparan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan yaitu:

1. Mengenai strategi fundraising yang dilakukan Pagubugan Cinta Sedekah adalah bentuk *direct fundraising* penghimpunan dana secara langsung dengan cara penjemputan langsung dana bantuan berupa uang maupun barang ke rumah donatur serta menggunakan kaleng infak yang disebar ke beberapa warung di Pagubugan dan sekitarnya. *Digital fundraising* yang Pagubugan Cinta Sedekah menggunakan media sosial facebook dan whatsapp. Facebook digunakan untuk berinteraksi dengan masyarakat untuk memberikan informasi kegiatan atau program yang direncanakan dan yang sudah dilaksanakan serta melakukan promosi penghimpunan untuk menarik simpati masyarakat agar menyumbangkan dana atau jasa atau barang kepada Pagubugan Cinta Sedekah. Pagubugan Cinta Sedekah juga memperhatikan langkah-langkah strategi dalam penghimpunan dana. Dan Pagubugan Cinta Sedekah hanya melakukan dua langkah strategi sebagai berikut:

- a. Menetapkan Tujuan dan Target

Langkah utama dalam perencanaan strategi adalah dengan menetapkan tujuan dan target secara spesifik. Proses ini harus mencakup semua gambaran rinci atau detail dari setiap tujuan serta target sasaran harus jelas. Diketahui tujuan fundraising itu sendiri selain untuk mengumpulkan dana adalah untuk meningkatkan jumlah donatur.<sup>114</sup> Tahapan awal ini, fundraiser mencoba mengenali dan memilah memilah siapa yang akan menjadi target dari donatur

---

<sup>114</sup> Iqbal Rafiqi, "Strategi Fundraising Zakat Infaq Shadaqah Di Lazisnu Dan Lazismu Kabupaten Pamekasan" (Surabaya, Uin Sunan Ampel, 2019), Hal. 41.

potensial bagi penggalangan dananya. Fundraiser mempelajari profil dan segala hal yang berkaitan dengan calon donatur untuk kemudian dijadikan pertimbangan dalam menentukan strategi fundraising yang sesuai dengan calon donatur. Fundraising dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu retail fundraising dan institusional fundraising. Retail fundraising melakukan penggalangan dana yang bersumber dari donatur perorangan. Sedangkan institusional fundraising lebih berfokus pada penggalangan yang bersumber dari lembaga atau organisasi, misalnya perusahaan, lembaga donor, pemerintah dan yayasan amal lainnya.

Dalam hal ini pagubugan cinta sedekah (PCS) menetapkan target yang akan dijadikan donatur yaitu TKI dan TKW, karena Pagubugan Cinta Sedekah berasal dari para TKI dan TKW maka mereka dianggap menjadi donatur tetap. Tujuannya agar lebih mempermudah untuk para pengurus dalam melaksanakan penghimpunan dana. Mengetahui kemana mereka harus mencari dana.

b. Merumuskan Strategi Untuk Mencapai Tujuan dan Target

Dalam merumuskan suatu strategi organisasi, terdapat beberapa hal yang harus ditetapkan, diantaranya:

- 1) Perencanaan anggaran biaya yang diperlukan.
  - 2) Langkah yang ditempuh untuk meraih sasaran-sasaran yang telah direncanakan sebelumnya. Pagubugan Cinta Sedekah meminta data kepada Desa mana yang layak dan pantas untuk dibantu.
2. Mengenai pendistribusian yang dilakukan Pagubugan Cinta Sedekah adalah dengan jenis pendistribusian konsumtif tradisional dan bantuan sesaat. Bantuan sesaat di Pagubugan Cinta Sedekah diberi nama dengan Bantuan spontan uang yang diberikan kepada mustahiq atau dhuafa yang sedang sakit parah. Untuk distribusi yang bersifat konsumtif tradisional dibagikan kepada mustahiq untuk dimanfaatkan secara langsung, contohnya dibagikan atau didistribusikan secara langsung kepada para korban bencana alam.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Fundraising Pagubugan Cinta Sedekan Dan Pendistribusiannya Kepada Masyarakat Pagubugan Kecamatan Binangun Kabupaten Cilacap, maka penulis akan menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi pembaca.

1. Bagi peneliti selanjutnya, penulis sarankan untuk melakukan penelitian yang lebih rapih lagi karena penulis menyadari penelitian ini masih banyak kekurangan dari segi data dan metode yang digunakan. Serta lebih membangun hubungan baik terhadap pengurus lembaga yang akan di teliti, karena peranan pengurus sangat penting dalam suatu penelitian.
2. Kepada pihak Pagubugan Cinta Sedekah, agar merekrut sumber daya manusia yang berkompeten seperti maksimal berpendidikan S1, agar dapat mengelola komunitas lebih baik lagi. Seperti dalam mengembangkan cara penghimpunan dana dengan bentuk lainnya serta kegiatan lebih terkordinasi dan adanya laporan pertanggung jawaban setiap tahunnya.
3. Kepada masyarakat sekitar penulis sarankan untuk bersama-sama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang tidak mampu untuk saling membantu sesama ummat dengan cara bersedekah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahmat, Fathoni et.al., *Hikmah Ibadah Haji*. Jakarta: Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggara Haji, 2003.
- Abidah, Atik. "Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo," *Jurnal Kodifikasi*, Vol. 10, No. 1, 2016.
- Abidin, Hamid., *Membangun Kemandirian Perempuan, Potensi Dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, Serta Strategi Penggalangannya*. (Depok: Piramedia, 2009).
- Aflah, Kuntarno Noor. "Urgensi Penetapan Kriteria Fakir Miskin Bagi Penyaluran Zakat Di Indonesia," *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, Vol. 4, No. 1, Juni 2017.
- Akbar, Rizky. "Strategi Pengumpulan Dan Pendistribusian Zakat Infak Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Cabang Medan," Medan: UIN Sumatera Utara, 2020.
- Alhamdi, Muhamad Ridho. "Manajemen Pendistribusian Dana Zakat Infak Dalam Program Kesehatan Di Laznas Yatim Mandiri Lampung," Lampung, UIN Raden Intan, 2021.
- Al-Haritsi, Jariba Bin Ahmad. *Penerjemah Asmuni Solihan Zamakhasyari, Fikih Ekonomi Umar Bin Khattab*, (Jakarta Timur, Khalifah, 2006).
- Anisa', Silmi Kapah, Ade Nur Rohim, Dan Sahlan Hasbi. "Analisis Pendistribusian Zis Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik Di Yayasan Indonesia Mulia Bekasi," *Journal Of Islamic Philanthropy And Disater*, Vol. 1, No. 2, 2021.
- Anwar, Aan Zainul, Evi Rohmawati, Dan Miftah Arifin. "Strategi Fundraising Zakat Profesi Padaorganisasi Pengelola Zakat (OPZ) Di Jepara," *Jurnal Conference On Islamic Management, Accounting, And Economics (Cimae) Proceeding*, Vol. 2, 2019.
- Apriliani, Farah Tri. "Inovasi Sosial Strategi Fundraising Sekolah Relawan," *Jurnal Kolaborasi Resoolusi Konflik*, Vol. 3, No. 2: Hal. 219-220.
- Arif, Saiful Nur., Zulkarnain, Iskandar. "Dasar-Dasar Manajemen Dalam Teknologi Informasi," *Jurnal Saindikom*, Vol.5, No. 2, (Agustus 2008), hal. 236.

- Bariyah, N. Oneng Nurul. "Strategi Penghimpunan Dana Sosial Ummat Pada Lembaga-Lembaga Filantropi Indonesia (Studi Kasus Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid, Dompot Dhuafa Republika, Baznas, Dan Bazis Dki Jakarta)," *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 1, Juni 2016.
- Berti, Yolanda. "Strategi Pendistribusian Zakat Infak Dan Shadaqah (ZIS) Melalui Program Bandar Lampung Cerdas Dalam Membangun Kualitas Sumber Daya Manusia Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Bandar Lampung," Lampung, UIN Raden Intan, 2020.
- David, Fred R. *Strategi Management Concepsts And Cases*. (America, 2009).
- Djam'an Satori,. Aan, Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Faizin. "Pemberdayaan Ekonomi Umat Melalui Sedekah: Perspektif Lembaga Dakwah Islamiyah Indonesia," *Jurnal Kontekstualita*, Vol. 30, No. 2, (2015), hal. 183-184.
- Farhan, Ahmad. "Alqur'an Dan Keberpihakan Kepada Kaum Duafa," *E Journal Iain Bengkulu*, 2015.
- Habibi,Andrian. "Normal Baru Pasca Covid-19." *Jurnal Adalah Buletin Hukum dan Keadilan*, Vol. 4, No. 1, (2020).
- Hafidhudin, Didin. *Santunan Anak Yatim*. (Surabaya:Media Insan, 2000).
- Hanifudin, Didin, dan Juwaeni, Ahmad. *Membangun Peradaban Zakat*. (Jakarta:Imz, 2006).
- Hasann, Iqbal. *Pokok-pokok metodologi penelitian dan aplikasinya*. Bogor:Ghalia Indonesia, 2002.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Bumi Aksara: 2021.
- Hasrina, Yunita. "Analisis Pengelolaan Keuangan Rural Infrastucture Support Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (RIS-PNPM) di Organisasi Masyarakat Setempat (OMS) Kecamatan Tuah Negeri Kabupaten Musi Rawas", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 13, No. 4, (Desember 2015), hal 2-3.
- Hikmawati, Hanifah. "Strategi Fundraising Filantropi Islam: Penggalangan Dompot Dhuafa Jogja," Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2015.

- Huda, Miftahul. "Model Manajemen Fundraising Wakaf," *Jurnal Ahkam*, Vol. 13, No. 1, Januari 2013.
- Ibrahim, Nur Malik. "Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (Bmh) Perwakilan Bengkulu," Bengkulu, IAIN Bengkulu, 2019.
- Idri,. *Hadis Ekonomi Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2016).
- Ikhsan, M. "Pengasuhan Anak Yatim Q.S Al-Baqoroh Ayat 220 Dalam Tafsir Jami' Al-Bayan Fi Takwil Al-Qur'an Karya Al-Thabari," Kudus: STAIN Kudus, 2015.
- Jamil, Syahril. "Prioritas Mustahiq Zakat Menurut Teungku Muhammad Hasbi Ash Shiddieqy," *Jurnal Istinbath*, No. 16, Juni 2015.
- Juliansyah, Erik. "Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi," *Jurnal Ekonomak*, Vol. 3, No. 2, Agustus 2017.
- Kardiman, A.M. *Pengantar Ilmu Manajemen*. (Jakarta: Pron Hallindo, T,T).
- Khoiriyah, Asma'ul. "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Sarana Prasarana Pendidikan Di Muhammadiyah Broading School (Mbs) K.H. Ahmad Dahlan Ungaran," Semarang, UIN Walisongo, 2019.
- Kristakis, Christa. *Connected: Dahsyatnya Kekuatan Jejaring Sosial Mengubah Hidup Kita*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009).
- Kunaifi, Aang., *Manajemen Pemasaran Syariah: Pendekatan Human Spirit*. (Yogyakarta: Maghza Pustaka, 2016).
- Kusumastuti, Adhi, khoiron, Ahmad Mustamil. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019).
- Lubis, Ibrahim. *Pengendalian dan Pengawasan Proyek dalam Manajemen*. Jakarta Timur: Ghalia Indonesia, Cet II, 1985.
- Mamduh, Hanafi. *Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen*, Modul 1.
- Mas'ula, Siti. "Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Lembaga ZIS (Zakat, Infak, Sedekah) Dan Waqof." Sidoarjo., Universitas Muhammadiyah, 2020.

- Meleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, cet-26, 2009.
- Mufrani, Arief. *Akuntansi Dan Manajemen Zakat: Mengkomunikasikan Kesadaran Dan Membangun Jaringan*. (Jakarta: Kencana, 2012).
- Muhajir, Achmad. "Pola Pemberdayaan Zis Yayasan Lima Belas Juli (Yaliju) Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Dhu'afa," *Jurnal Bimas Islam*, Vol. 10, No. 4, 2017.
- Mulyono, Sujanu Harto, Qurroh Ayuniyyah, Dan Ibdalsyah. "Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1, 2022.
- Murdiyansyah, Herman."Kualitas Pelayanan Haji Dan Umrah Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Hulu Sungai Tengah." Vol. 3, No. 1, (Mei 2018).
- Mursyidi,. *Akuntansi Zakat Kontemporer* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003).
- Nawawi, Hadari. *Perencanaan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2003.
- Nopiardo, Widi. "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar," *Jurnal Imara*, Vol. 1, No. 1, Desember 2017.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books, 2014.
- Nurjannah, Ika. "Fundraising Dan Pendistribusian Di Organisasi Sedekah Beras Semarang," Semarang, UIN Walisongo, 2020.
- Nursyamsi, Ahmad. "Manajemen Penghimpunan Dana ZIS Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas)," Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2014.
- Onong Uchana Effendi. *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999).
- Poerwadarminta. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Balai Pustaka, Jakarta, 2000).
- Prasanti, Ditha. "Penggunaan Media Komunikasi Bagiremaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan," *Jurnal Lontar*, Vol. 6, No. 1, Januari-Juni 2018.

- Pratiwi, Evie Dian., Ashar, Khusnul., dan Syafitri, Wildan. "Dampak Kemiskinan Terhadap Pola Mobilitas Tenaga Kerja Antarsektor di Indonesia." *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Vol. 15, No. 1, Juni 2020.
- Pratiwi, Nuning I. "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol. 1, No. 2, Agustus 2017.
- Purwanto, April. *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*. (Yogyakarta: Teras, 2009).
- Qadratillah, Meity Taqdir Et Al., *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*, (Jakarta: Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan, 2011).
- Rachmasari, Yessi, Soni Akhmad Nulhaqim, Dan Nurliana Cipta Apsari. "Penerapan Strategi Fundraising Di Save The Children Indonesia," *Social Work Jurnal*, Vol. 6, No. 1: Hal. 53
- Rafiqi, Iqbal. "Strategi Fundraising Zakat Infaq Shadaqah Di LAZISNU Dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan," Surabaya, UIN Sunan Ampel, 2019.
- Rafiudin, Djaliel, Manna Abdul. *Prinsip Dan Strategi Dakwah*. (Bandung: Pustaka Setia, 1997).
- Rafiudin., Djaliel Manna Abdul. *Prinsip Dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), hal. 76.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Rivai, Abdul, Dan Prawironegoro, Darsono. *Manajemen Strategis*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014).
- Rivai, Veitzhal. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo, Persada 2004.
- Rohim, Ade Nur. "Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 4, No. 1, Januari-Juni 2019.
- Rufiyati, Ita. "Manajemen Fundraising di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Yogyakarta," Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2018.
- Salma, husniati, dede nurohman. strategi digital fundraising zakat, infak dan sedekah serta penyalurannya di indonesia. (Tulung agung: biru atma jaya, 2021).



- Sanusi, M. *Anak Yatim Investasi Akhirat*. (Semarang:Media Belajar, 2005).
- Sari, Arie Mutya Wulan. “Pelaksanaan Bimbingan Agama Dalam Mengembangkan Kecerdasan Spiritual Remaja Di Yayasan Irtiqo Kebajikan Jakarta Selatan,” Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2007.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Qur'an Al-Karim*, (Bandung:Pustaka Indah, 1997).
- Shodiq, M J. Ja'far. *Santuni Anak Yatim Maka Hidupmu Pasti Sukses Kaya Berkah Dan Bahagia, Lafal*. (Yogyakarta, 2014).
- Sholikah, Ani Hidayatus. “Manajemen Pendayagunaan Dana Zakat, Infak, Dan Sedekah Sedekah Melalui Program Pendidikan (Studi Pada Lembaga Dompot Dhuafa Yogyakarta)” Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2020.
- Soleh, Nurul. “Strategi Penghimpunan Dan Penyaluran Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Al Ihsan Jawa Tengah (Lazis Jateng) Cabang Kota Semarang,” Purwokerto, IAIN Purwokerto, 2016.
- Sondang Siagian. *Analisis Serta Perumusan Kebijakanaksanaan dan Strategi Organisasi* (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986).
- Sudarman, Asep. “Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat Maal,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No.1, 2018: Hal. 45.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sukma, Rizka Diah Melati. “Prosedur Pendistribusian Barang Milik Ajinomoto Sales Indonesia Pada PT. Ajinomoto Indonesia,” Surabaya, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2019.
- Suwarno, Joko Sulak. “Manajemen Pelayanan Jamaah Haji Kementerian Agama Kabupaten Kendal Tahun 2015.” *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo, 2016.
- Syafira, Audina Amalia.”Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat (LAZ) Azka Al-Baitul Amien Kabupaten Jember,” Jember, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2022.
- Syahrulloh, Muhammad Anggi. “Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Pusat,” Jakarta, UIN Syarif Hidayatulloh, 2018.
- Tamburaka, Apriadi. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2013).

Tim Penyusun Ensiklopedi Islam. *Ensiklopedi Islam*. (Jakarta: Pt. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1997).

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi, 2001).

Waluyo, Dwi Eko. “Studi Tentang Bentuk Kemiskinan Penduduk di Desa Cindogo Kecamatan Tapen Kab. Bondowoso,” *Jurnal ESP (Ekonomi Sosial Pembangunan)*, Vol. 1, No. 2, (Maret 2006), hal 130.

Waryanah, Ai. “Pendistribusian Zakat Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat,” Bandung, UIN Sunan Gunung Djati, 2021.

Widad, Azhar Lujjatul. “Manajemen Fundraising Lembaga Amil Zakat Mizan Amanah Bintaro” *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014.



## LAMPIRAN

Lampiran 1, hasil wawancara

Narasumber : Bapak Mudasir

Jabatan : Ketua Pagubugan Cinta Sedekah

Peneliti : Latar belakang berdirinya Pagubugan Cinta Sedekah?

Narasumber : Nama Pagubugan Cinta Sedekah itu baru ada pada sekitar tahun 2016. Sebelum itu mereka hanya kumpulan para TKI dan TKW yang bersilaturahmi setiap weekend. Saya awalnya bukan siapa-siapa hanya dipercayai oleh rekan-rekan TKI dan TKW yang berasal dari desa Pagubugan. Mereka para perantau sering mengadakan pertemuan di Luar Negeri untuk sambung sedulur. Lalu mereka berinisiatif untuk membantu sesama ummat. Saya dihubung oleh salah satu dari mereka dan dikabari niat baik tersebut. Saya diamanahi untuk mendistribusikannya kepada masyarakat yang kurang mampu, anak yatim dan piatu serta yang lainnya. Saya juga menggandeng beberapa rekan di Desa untuk membantu membangun citra Pagubugan Cinta Sedekah yang baik serta mengembangkannya.

Peneliti : Lalu setelah bapak diamanahi hal tersebut, apakah bapak dimintai laporan pertanggung jawaban setiap bulan?

Narasumber : Kalau untuk laporan pertanggung jawaban selama ini saya belum pernah buat. Kita lebih ke laporan via komunikasi lewat media sosial maupun grup WhatsApp

Peneliti : Bagaimana bapak bisa menjaga kepercayaan para donatur dan pengurus Pagubugan Cinta Sedekah yang berada di Luar Negeri?

Narasumber : Alhamdulillah masih bisa di percaya oleh orang-orang baik, maka untuk itu saya menjaga dengan tidak pernah menyalahgunakan uang maupun barang yang bukan milik saya, apalagi barang atau uang milik ummat. Saya selalu konfirmasi keluar masuknya setiap dana, walaupun tidak begitu aktif di sosial media namun saya langsung konfirmasi kepada koordinator Pagubugan Cinta Sedekah yang ada di Luar Negeri.

Peneliti : Bagaimana cara menambah donatur baru pak?

Narasumber : Kita mencari donatur kan sama saja menjadi dana ya, nah mencari dana juga sama dengan orang dagang. Kita harus mencari pelanggan serta menjalin relasi sebanyak-banyaknya dan sebaik-baiknya. Begitu pula dengan menghimpun dana, kita harus menjalin relasi yang banyak turut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat dan organisasi lainnya seperti saat itu kita ikut dalam menghimpun dana untuk program bedah rumah GP Anshor, guna membangun citra baik di masyarakat. Kalau kita saling mendukung satu sama lain kan nanti sama-sama sukses. Siapa tau saat kita ikut berpartisipasi di organisasi lain, nanti ada donatur kecantel pada kita, ikut menjadikan Pagubugan Cinta Sedekah menjadi bagian dari mereka.

## HASIL WAWANCARA

- Narasumber : Ibu Tarmi
- Jabatan : Sekretaris Pagubugan Cinta Sedekah
- Peneliti : Bagaimana cara Pagubugan Cinta Sedekah dalam menghimpun dana?
- Narasumber : Kita menghimpun dana sedekah dengan media sosial facebook sih yang paling utama, namun selain itu juga kadang dengan WhatsApp. Di Facebook kita membagikan seluruh kegiatan Pagubugan Cinta Sedekah guna untuk dokumentasi serta memberi laporan kepada khalayak, bahwa ini loh Pagubugan Cinta Sedekah komunitas komunitas yang sudah berjalan cukup lama dan amanah dapat dipercaya untuk mengulurkan tangan kalian dalam membantu sesama. Kalau di WhatsApp kita masuk ke grup para alumni TKI dan TKW serta yang masih menjadi TKI TKW dengan niat silaturahmi dan menyampaikan tujuannya yaitu menghimpun dana untuk program kerja mana dijelaskan secara rinci dengan sopan.
- Peneliti : Bagaimana cara donatur memberikan donasinya kepada Pagubugan Cinta Sedekah?
- Narasumber : Kami bisa menjemput donasi apabila ada yang mau membantu tapi tidak bisa datang langsung kepada kita. Selain itu ada juga via transfer untuk mempermudah para donatur.
- Peneliti : Program apa saja yang ada pada PCS?
- Narasumber : Kita ada program rutin, santunan anak yatim piatu setiap tahunnya di bulan Muharram. Selain itu, kita juga

memberikan bantuan kepada kaum dhuafa berupa uang ataupun bantuan saat mereka sakit kita mengantar ke Rumah Sakit dengan mobil siaga PCS. Kebetulan PCS sudah memiliki fasilitas mobil sendiri untuk kebutuhan umat.

Peneliti : Bagaimana cara Pagubugan Cinta Sedekah merencanakan penghimpunan dana?

Narasumber : Dalam mencapai sesuatu kita pikir dulu bagaimana dengan uang segini harus bisa tetap berjalannya program kerja, untuk itu kita giat dalam menghimpun dana. Sebisa mungkin kita aktif di masyarakat dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan desa serta berpartisipasi dalam kegiatan program kerja organisasi lainnya untuk menjalin relasi.

### HASIL WAWANCARA

Narasumber : Ibu Rustinah

Jabatan : Bendahara

Peneliti : Kalau untuk menghimpun dana secara langsung itu bagaimana bu?

Narasumber : Selain penjemputan donasi, kita juga ada kotak amal yang dibuat dari toples untuk ditempatkan di warung-warung Pagubugan dan sekitarnya. Guna menyadarkan mereka bahwa sedekah tidak harus banyak. Sekecil apapun dan berapapun itu kalau ada niat baik maka sampaikanlah.

Peneliti : Bagaimana cara mengelola dan merencanakan suatu kegiatan?

Narasumber : Saat akan ada kegiatan rutin seperti santunan anak yatim yang dilaksanakan setiap bulan muharram, kita

hitung dulu per anak mau dikasih berapa, lalu mau diberikan secara door to door atau mau dikumpulkan anak-anaknya. Sehingga semua itu dirancang sedemikian rupa berupa anggaran biaya distribusi acara santunan anak yatim dan piatu. Begitu juga dilakukan pada program-program lainnya seperti program baksos, pengajian dan lain sebagainya.

Peneliti : Lalu kegiatan tersebut ada evaluasinya atau tidak bu?

Narasumber : Kalau untuk evaluasi tidak ada, hanya ada laporan keuangan keluar masuk difoto dan disampaikan di grup WhatsApp.

### **HASIL WAWANCARA**

Narasumber : Ibu Sinah

Jabatan : Divisi Pendistribusian

Peneliti : Siapa saja yang menjadi sasaran target untuk dijadikan donatur?

Narasumber : Kalau kami yang paling utama dalam mencari dana ke grup TKI dan TKW Pagubugan yang masih di Luar Negeri setelah itu kami menerima berapapun dan siapapun orang luar Pagubugan yang ingin bersedekah melalui tangan Pagubugan Cinta Sedekah kami terima dengan senang hati.

Peneliti : Bagaimana cara melakukan penghimpunan dana?

Narasumber : Misalnya kami punya program seperti bagi sembako, maka kami posting untuk pencarian dana nya. Modelnya kan kami update di Facebook dan Grup.

Peneliti : Bantuan yang diberikan dalam bentuk apa si bu?

Narasumber : Bentuk bantuan kami berupa uang, serta barang. Ada program kerja kami yang diberi nama bantuan spontan, yaitu bantuan rutin satu orang itu 500.000, jadi misalkan ada orang yang kurang mampu tapi mereka sedang sakit kemudian kami beri bantuan. bantuan spontan setiap bulannya mencari 6 orang yang sedang benar-benar butuh bantuan kita.

Peneliti : Kalau untuk bantuan pendidikan sudah pernah apa belum bu?

Narasumber : Kalau untuk bantuan pendidikan beasiswa gitu belum ada, mengingat dana kita yang baru cukup untuk melaksanakan program rutin kita. Namun niat baik untuk hal tersebut ada, apalagi dalam hal pendidikan, mengingat masih banyak anak yang kurang beruntung yang tidak bisa melanjutkan sekolahnya karena faktor ekonomi orang tua.

Peneliti : Bagaimana ibu bisa mempercayai PCS? Apakah ibu tau pendistribusian dana sedekah PCS sesuai dengan sasaran dan target?

Narasumber : Saya pribadi percaya dengan PCS karena saya niatnya bersedekah untuk yang membutuhkan, niat baik tidak berprasangka buruk kepada PCS. PCS sangat membenarkan kami dalam mengulurkan tangan kami untuk bersedekah membantu sesama yang lebih membutuhkan. Menambah semangat dalam mencari uang dan menyisihkan sebagian harta saya untuk disedekahkan. Serta kegiatan PCS juga transparan sangat membantu apabila di publikasikan di media sosial. Jadi, perkembangannya juga lebih dimengerti.

Peneliti : Awal mula ibu bergabung dengan PCS bagaimana?



Narasumber : Awalnya saya diajak oleh tetangga saya, Ibu Tarmi. Ibu Tarmi matur kalau dari desa kita itu ada komunitas Pagubugan Cinta Sedekah yang mempunyai visi mengelola sedekah serta membantu dhuafa dan mensejahterakannya. Sehingga saya tertarik dan saya merekomendasikan beberapa teman saya saat itu yang masih di Luar Negeri untuk diajak menjadi donatur.



Lampiran 2, dokumentasi



Dokumentasi Wawancara bersama Ibu Tarmi, selaku sekretaris Pagubugan Cinta Sedekah



Dokumentasi bersama Bapak Mudasir selaku ketua Pagubugan Cinta Sedekah



Dokumentasi bersama Ibu Rustinah selaku bendahara Pagubugan Cinta Sedekah



Dokumentasi bersama Ibu Sinah selaku divisi penghimpunan Pagubugan Cinta Sedekah



Dokumentasi wawancara bersama Ibu Anis selaku donatur tetap PCS

PROVOKATOR PCS  
BERSAMA SAMA MELAKUKAN BENCANA DHO'DYA A'PUNDA

SEDEKAH YANG PALING UTAMA ADALAH  
SEDEKAH DI BULAN RAMADHAN  
LUNG. AL. JABARHATI

**BINGKISAN**  
LEBARAN untuk Dhuafa

200 PAKET

Open Donasi :  
\* Uang  
\* Sembako  
\* Kantong Plastik  
\* Dll

DONASI SEDEKAH :  
Ibu RUSTINAH  
BNI 0615596811

Hubungi lebih lanjut :  
\* Pelangi Ungu  
\* Bully Sana  
\* Bunda Segas Wiji Gunardini

Poster dalam penghimpunan donasi untuk baksos



Dokumentasi penjemputan langsung donasi dan bukti transfer donatur



Dokumentasi bantuan spontan untuk anak sakit

No	Tgl	Uraian	Debet	Kredit	Saldo
1	01-01-20	Saldo awal			10.000.000
2	01-01-20	Penjualan tunai		1.000.000	11.000.000
3	01-01-20	Penjualan kredit		2.000.000	13.000.000
4	01-01-20	Pembelian tunai	1.500.000		11.500.000
5	01-01-20	Pembelian kredit	800.000		10.700.000
6	01-01-20	Penjualan tunai		1.200.000	11.900.000
7	01-01-20	Pembelian tunai	1.000.000		10.900.000
8	01-01-20	Pembelian kredit	500.000		10.400.000
9	01-01-20	Penjualan kredit		1.500.000	11.900.000
10	01-01-20	Pembelian tunai	1.200.000		10.700.000
11	01-01-20	Pembelian kredit	700.000		10.000.000
12	01-01-20	Penjualan tunai		1.100.000	11.100.000
13	01-01-20	Pembelian tunai	900.000		10.200.000
14	01-01-20	Pembelian kredit	600.000		9.600.000
15	01-01-20	Penjualan kredit		1.300.000	10.900.000
16	01-01-20	Pembelian tunai	1.100.000		9.800.000
17	01-01-20	Pembelian kredit	400.000		9.400.000
18	01-01-20	Penjualan tunai		1.400.000	10.800.000
19	01-01-20	Pembelian tunai	1.300.000		9.500.000
20	01-01-20	Pembelian kredit	500.000		9.000.000
21	01-01-20	Penjualan kredit		1.600.000	10.600.000
22	01-01-20	Pembelian tunai	1.400.000		9.200.000
23	01-01-20	Pembelian kredit	300.000		8.900.000
24	01-01-20	Penjualan tunai		1.500.000	10.400.000
25	01-01-20	Pembelian tunai	1.200.000		9.200.000
26	01-01-20	Pembelian kredit	400.000		8.800.000
27	01-01-20	Penjualan kredit		1.700.000	10.500.000
28	01-01-20	Pembelian tunai	1.100.000		9.400.000
29	01-01-20	Pembelian kredit	300.000		9.100.000
30	01-01-20	Penjualan tunai		1.800.000	10.900.000
31	01-01-20	Pembelian tunai	1.300.000		9.600.000
32	01-01-20	Pembelian kredit	200.000		9.400.000
33	01-01-20	Penjualan kredit		1.900.000	11.300.000
34	01-01-20	Pembelian tunai	1.400.000		9.900.000
35	01-01-20	Pembelian kredit	100.000		9.800.000
36	01-01-20	Penjualan tunai		2.000.000	11.800.000
37	01-01-20	Pembelian tunai	1.500.000		10.300.000
38	01-01-20	Pembelian kredit	500.000		9.800.000
39	01-01-20	Penjualan kredit		2.100.000	11.900.000
40	01-01-20	Pembelian tunai	1.600.000		10.300.000
41	01-01-20	Pembelian kredit	400.000		9.900.000
42	01-01-20	Penjualan tunai		2.200.000	12.100.000
43	01-01-20	Pembelian tunai	1.700.000		10.400.000
44	01-01-20	Pembelian kredit	300.000		10.100.000
45	01-01-20	Penjualan kredit		2.300.000	12.400.000
46	01-01-20	Pembelian tunai	1.800.000		10.600.000
47	01-01-20	Pembelian kredit	200.000		10.400.000
48	01-01-20	Penjualan tunai		2.400.000	12.800.000
49	01-01-20	Pembelian tunai	1.900.000		10.900.000
50	01-01-20	Pembelian kredit	100.000		10.800.000
51	01-01-20	Penjualan kredit		2.500.000	13.300.000
52	01-01-20	Pembelian tunai	2.000.000		11.300.000
53	01-01-20	Pembelian kredit	500.000		10.800.000
54	01-01-20	Penjualan tunai		2.600.000	13.400.000
55	01-01-20	Pembelian tunai	2.100.000		11.300.000
56	01-01-20	Pembelian kredit	400.000		10.900.000
57	01-01-20	Penjualan kredit		2.700.000	13.600.000
58	01-01-20	Pembelian tunai	2.200.000		11.400.000
59	01-01-20	Pembelian kredit	300.000		11.100.000
60	01-01-20	Penjualan tunai		2.800.000	13.900.000
61	01-01-20	Pembelian tunai	2.300.000		11.600.000
62	01-01-20	Pembelian kredit	200.000		11.400.000
63	01-01-20	Penjualan kredit		2.900.000	14.300.000
64	01-01-20	Pembelian tunai	2.400.000		11.900.000
65	01-01-20	Pembelian kredit	100.000		11.800.000
66	01-01-20	Penjualan tunai		3.000.000	14.800.000
67	01-01-20	Pembelian tunai	2.500.000		12.300.000
68	01-01-20	Pembelian kredit	500.000		11.800.000
69	01-01-20	Penjualan kredit		3.100.000	14.900.000
70	01-01-20	Pembelian tunai	2.600.000		12.300.000
71	01-01-20	Pembelian kredit	400.000		11.900.000
72	01-01-20	Penjualan tunai		3.200.000	15.100.000
73	01-01-20	Pembelian tunai	2.700.000		12.400.000
74	01-01-20	Pembelian kredit	300.000		12.100.000
75	01-01-20	Penjualan kredit		3.300.000	15.400.000
76	01-01-20	Pembelian tunai	2.800.000		12.600.000
77	01-01-20	Pembelian kredit	200.000		12.400.000
78	01-01-20	Penjualan tunai		3.400.000	15.800.000
79	01-01-20	Pembelian tunai	2.900.000		12.900.000
80	01-01-20	Pembelian kredit	100.000		12.800.000
81	01-01-20	Penjualan kredit		3.500.000	16.300.000
82	01-01-20	Pembelian tunai	3.000.000		13.300.000
83	01-01-20	Pembelian kredit	500.000		12.800.000
84	01-01-20	Penjualan tunai		3.600.000	16.400.000
85	01-01-20	Pembelian tunai	3.100.000		13.700.000
86	01-01-20	Pembelian kredit	400.000		13.300.000
87	01-01-20	Penjualan kredit		3.700.000	17.000.000
88	01-01-20	Pembelian tunai	3.200.000		14.100.000
89	01-01-20	Pembelian kredit	300.000		13.800.000
90	01-01-20	Penjualan tunai		3.800.000	17.600.000
91	01-01-20	Pembelian tunai	3.300.000		14.500.000
92	01-01-20	Pembelian kredit	200.000		14.300.000
93	01-01-20	Penjualan kredit		3.900.000	18.200.000
94	01-01-20	Pembelian tunai	3.400.000		14.800.000
95	01-01-20	Pembelian kredit	100.000		14.700.000
96	01-01-20	Penjualan tunai		4.000.000	18.700.000
97	01-01-20	Pembelian tunai	3.500.000		15.200.000
98	01-01-20	Pembelian kredit	500.000		14.700.000
99	01-01-20	Penjualan kredit		4.100.000	18.800.000
100	01-01-20	Pembelian tunai	3.600.000		15.200.000

Data dana keluar masuk pada tahun 2020





No	Tanggal	Keterangan	Masuk	Keluar	Saldo
1	01-04-21	Sal	20.000		20.000
2	02-04-21	Sal	50.000		70.000
3	03-04-21	Banka	200.000		270.000
4	04-04-21	Banka	2.000.000		4.700.000
5	05-04-21	Banka	1.000.000		5.700.000
6	06-04-21	Banka	1.000.000		6.700.000
7	07-04-21	Banka	1.000.000		7.700.000
8	08-04-21	Banka	1.000.000		8.700.000
9	09-04-21	Banka	1.000.000		9.700.000
10	10-04-21	Banka	1.000.000		10.700.000
11	11-04-21	Banka	1.000.000		11.700.000
12	12-04-21	Banka	1.000.000		12.700.000
13	13-04-21	Banka	1.000.000		13.700.000
14	14-04-21	Banka	1.000.000		14.700.000
15	15-04-21	Banka	1.000.000		15.700.000
16	16-04-21	Banka	1.000.000		16.700.000
17	17-04-21	Banka	1.000.000		17.700.000
18	18-04-21	Banka	1.000.000		18.700.000
19	19-04-21	Banka	1.000.000		19.700.000
20	20-04-21	Banka	1.000.000		20.700.000
21	21-04-21	Banka	1.000.000		21.700.000
22	22-04-21	Banka	1.000.000		22.700.000
23	23-04-21	Banka	1.000.000		23.700.000
24	24-04-21	Banka	1.000.000		24.700.000
25	25-04-21	Banka	1.000.000		25.700.000
26	26-04-21	Banka	1.000.000		26.700.000
27	27-04-21	Banka	1.000.000		27.700.000
28	28-04-21	Banka	1.000.000		28.700.000
29	29-04-21	Banka	1.000.000		29.700.000
30	30-04-21	Banka	1.000.000		30.700.000
31	01-05-21	Banka	1.000.000		31.700.000
32	02-05-21	Banka	1.000.000		32.700.000
33	03-05-21	Banka	1.000.000		33.700.000
34	04-05-21	Banka	1.000.000		34.700.000
35	05-05-21	Banka	1.000.000		35.700.000
36	06-05-21	Banka	1.000.000		36.700.000
37	07-05-21	Banka	1.000.000		37.700.000
38	08-05-21	Banka	1.000.000		38.700.000
39	09-05-21	Banka	1.000.000		39.700.000
40	10-05-21	Banka	1.000.000		40.700.000
41	11-05-21	Banka	1.000.000		41.700.000
42	12-05-21	Banka	1.000.000		42.700.000
43	13-05-21	Banka	1.000.000		43.700.000
44	14-05-21	Banka	1.000.000		44.700.000
45	15-05-21	Banka	1.000.000		45.700.000
46	16-05-21	Banka	1.000.000		46.700.000
47	17-05-21	Banka	1.000.000		47.700.000
48	18-05-21	Banka	1.000.000		48.700.000
49	19-05-21	Banka	1.000.000		49.700.000
50	20-05-21	Banka	1.000.000		50.700.000
51	21-05-21	Banka	1.000.000		51.700.000
52	22-05-21	Banka	1.000.000		52.700.000
53	23-05-21	Banka	1.000.000		53.700.000
54	24-05-21	Banka	1.000.000		54.700.000
55	25-05-21	Banka	1.000.000		55.700.000
56	26-05-21	Banka	1.000.000		56.700.000
57	27-05-21	Banka	1.000.000		57.700.000
58	28-05-21	Banka	1.000.000		58.700.000
59	29-05-21	Banka	1.000.000		59.700.000
60	30-05-21	Banka	1.000.000		60.700.000
61	31-05-21	Banka	1.000.000		61.700.000
62	01-06-21	Banka	1.000.000		62.700.000
63	02-06-21	Banka	1.000.000		63.700.000
64	03-06-21	Banka	1.000.000		64.700.000
65	04-06-21	Banka	1.000.000		65.700.000
66	05-06-21	Banka	1.000.000		66.700.000
67	06-06-21	Banka	1.000.000		67.700.000
68	07-06-21	Banka	1.000.000		68.700.000
69	08-06-21	Banka	1.000.000		69.700.000
70	09-06-21	Banka	1.000.000		70.700.000
71	10-06-21	Banka	1.000.000		71.700.000
72	11-06-21	Banka	1.000.000		72.700.000
73	12-06-21	Banka	1.000.000		73.700.000
74	13-06-21	Banka	1.000.000		74.700.000
75	14-06-21	Banka	1.000.000		75.700.000
76	15-06-21	Banka	1.000.000		76.700.000
77	16-06-21	Banka	1.000.000		77.700.000
78	17-06-21	Banka	1.000.000		78.700.000
79	18-06-21	Banka	1.000.000		79.700.000
80	19-06-21	Banka	1.000.000		80.700.000
81	20-06-21	Banka	1.000.000		81.700.000
82	21-06-21	Banka	1.000.000		82.700.000
83	22-06-21	Banka	1.000.000		83.700.000
84	23-06-21	Banka	1.000.000		84.700.000
85	24-06-21	Banka	1.000.000		85.700.000
86	25-06-21	Banka	1.000.000		86.700.000
87	26-06-21	Banka	1.000.000		87.700.000
88	27-06-21	Banka	1.000.000		88.700.000
89	28-06-21	Banka	1.000.000		89.700.000
90	29-06-21	Banka	1.000.000		90.700.000
91	30-06-21	Banka	1.000.000		91.700.000
92	01-07-21	Banka	1.000.000		92.700.000
93	02-07-21	Banka	1.000.000		93.700.000
94	03-07-21	Banka	1.000.000		94.700.000
95	04-07-21	Banka	1.000.000		95.700.000
96	05-07-21	Banka	1.000.000		96.700.000
97	06-07-21	Banka	1.000.000		97.700.000
98	07-07-21	Banka	1.000.000		98.700.000
99	08-07-21	Banka	1.000.000		99.700.000
100	09-07-21	Banka	1.000.000		100.700.000
101	10-07-21	Banka	1.000.000		101.700.000
102	11-07-21	Banka	1.000.000		102.700.000
103	12-07-21	Banka	1.000.000		103.700.000
104	13-07-21	Banka	1.000.000		104.700.000
105	14-07-21	Banka	1.000.000		105.700.000
106	15-07-21	Banka	1.000.000		106.700.000
107	16-07-21	Banka	1.000.000		107.700.000
108	17-07-21	Banka	1.000.000		108.700.000
109	18-07-21	Banka	1.000.000		109.700.000
110	19-07-21	Banka	1.000.000		110.700.000
111	20-07-21	Banka	1.000.000		111.700.000
112	21-07-21	Banka	1.000.000		112.700.000
113	22-07-21	Banka	1.000.000		113.700.000
114	23-07-21	Banka	1.000.000		114.700.000
115	24-07-21	Banka	1.000.000		115.700.000
116	25-07-21	Banka	1.000.000		116.700.000
117	26-07-21	Banka	1.000.000		117.700.000
118	27-07-21	Banka	1.000.000		118.700.000
119	28-07-21	Banka	1.000.000		119.700.000
120	29-07-21	Banka	1.000.000		120.700.000
121	30-07-21	Banka	1.000.000		121.700.000
122	31-07-21	Banka	1.000.000		122.700.000
123	01-08-21	Banka	1.000.000		123.700.000
124	02-08-21	Banka	1.000.000		124.700.000
125	03-08-21	Banka	1.000.000		125.700.000
126	04-08-21	Banka	1.000.000		126.700.000
127	05-08-21	Banka	1.000.000		127.700.000
128	06-08-21	Banka	1.000.000		128.700.000
129	07-08-21	Banka	1.000.000		129.700.000
130	08-08-21	Banka	1.000.000		130.700.000
131	09-08-21	Banka	1.000.000		131.700.000
132	10-08-21	Banka	1.000.000		132.700.000
133	11-08-21	Banka	1.000.000		133.700.000
134	12-08-21	Banka	1.000.000		134.700.000
135	13-08-21	Banka	1.000.000		135.700.000
136	14-08-21	Banka	1.000.000		136.700.000
137	15-08-21	Banka	1.000.000		137.700.000
138	16-08-21	Banka	1.000.000		138.700.000
139	17-08-21	Banka	1.000.000		139.700.000
140	18-08-21	Banka	1.000.000		140.700.000
141	19-08-21	Banka	1.000.000		141.700.000
142	20-08-21	Banka	1.000.000		142.700.000
143	21-08-21	Banka	1.000.000		143.700.000
144	22-08-21	Banka	1.000.000		144.700.000
145	23-08-21	Banka	1.000.000		145.700.000
146	24-08-21	Banka	1.000.000		146.700.000
147	25-08-21	Banka	1.000.000		147.700.000
148	26-08-21	Banka	1.000.000		148.700.000
149	27-08-21	Banka	1.000.000		149.700.000
150	28-08-21	Banka	1.000.000		150.700.000
151	29-08-21	Banka	1.000.000		151.700.000
152	30-08-21	Banka	1.000.000		152.700.000
153	31-08-21	Banka	1.000.000		153.700.000
154	01-09-21	Banka	1.000.000		154.700.000
155	02-09-21	Banka	1.000.000		155.700.000
156	03-09-21	Banka	1.000.000		156.700.000
157	04-09-21	Banka	1.000.000		157.700.000
158	05-09-21	Banka	1.000.000		158.700.000
159	06-09-21	Banka	1.000.000		159.700.000
160	07-09-21	Banka	1.000.000		160.700.000
161	08-09-21	Banka	1.000.000		161.700.000
162	09-09-21	Banka	1.000.000		162.700.000
163	10-09-21	Banka	1.000.000		163.700.000
164	11-09-21	Banka	1.000.000		164.700.000
165	12-09-21	Banka	1.000.000		165.700.000
166	13-09-21	Banka	1.000.000		166.700.000
167	14-09-21	Banka	1.000.000		167.700.000
168	15-09-21	Banka	1.000.000		168.700.000
169	16-09-21	Banka	1.000.000		169.700.000
170	17-09-21	Banka	1.000.000		170.700.000
171	18-09-21	Banka	1.000.000		171.700.000
172	19-09-21	Banka	1.000.000		172.700.000
173	20-09-21	Banka	1.000.000		173.700.000
174	21-09-21	Banka	1.000.000		174.700.000
175	22-09-21	Banka	1.000.000		175.700.000
176	23-09-21	Banka	1.000.000		176.700.000
177	24-09-21	Banka	1.000.000		177.700.000
178	25-09-21	Banka	1.000.000		178.700.000
179	26-09-21	Banka	1.000.000		179.700.000
180	27-09-21	Banka	1.000.000		180.700.000
181	28-09-21	Banka	1.000.000		181.700.000
182	29-09-21	Banka	1.000.000		182.700.000
183	30-09-21	Banka	1.000.000		183.700.000
184	01-10-21	Banka	1.000.000		184.700.000
185	02-10-21	Banka	1.000.000		185.700.000
186	03-10-21	Banka	1.000.000		186.700.000
187	04-10-21	Banka	1.000.000		187.700.0



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Luly Amelia Setyana  
NIM : 1817103025  
Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 02 Oktober 1999  
Alamat : Karangtawang RT 5/5, Nusawungu, cilacap  
Nama Ayah : Sudiman (alm)  
Nama Ibu : Kasiyah

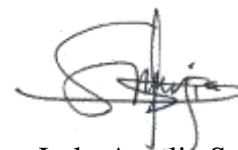
### B. Riwayat Pendidikan

TK, tahun lulus : TK Aisyiyah, 2005  
SD/MI, tahun lulus : SD N Karangtawang 02, 2012  
SMP/MTS, tahun lulus : SMP Negeri 2 Nusawungu, 2015  
SMA/MA, tahun lulus : SMA Negeri 1 Binangun, 2018  
S1, tahun masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2018

### C. Pengalaman Organisasi

HMPS MD 2019, HMJ MD 2020

Hormat Saya,



Luly Amelia Setyana