Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 237 - 247	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

STRATEGI *FUNDRAISING* SOS CHILDREN'S VILLAGES INDONESIA DALAM PANDEMI COVID-19

Afina Azizah¹, Santoso T. Raharjo²

¹Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, FISIP Universitas Padjadjaran

²Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial, dan Pemberdayaan Masyarakat, FISIP Universitas Padjadjaran

afina17001@mail.unpad.ac.id, santoso.tri.raharjo@unpad.ac.id

ABSTRAK

Sebuah organisasi pelayanan sosial memiliki lima aspek yang perlu diperhatikan dalam pengelolaannya, yaitu planning; organizing; budgeting; human resources development serta sistem informasi. Dari kelima aspek tersebut budgeting/fundraising menjadi salah satu aspek yang paling penting dalam pelaksanaannya selain faktor sumber daya manusia. Strategis penggalangan dana atau fundraising yang terencana, matang dan fleksibel dengan kemajuan jaman sangat diperlukan, terlebih lagi di masa pandemi yang sedang terjadi saat ini agar dapat tetap bertahan dengan fokusnya yaitu melayani masyarakat. Kegiatan fundraising bertujuan untuk dapat memperoleh sumber pendanaan segar yang mendukung roda kehidupan dalam pengelolaan keuangan pada sebuah organisasi. Jika dikaitkan dengan apa yang terjadi saat ini yaitu dunia sedang dihadapkan oleh pandemic COVID-19 yang mana akan merugikan berbagai pihak, salah satunya apa yang akan terjadi pada pelayanan sosial non-profit dimana memerlukan pendanaan ekstra dalam situasi ini. SOS Children's Villages Indonesia yang telah tersebut di 11 provinsi merupakan organisasi sosial yang menyelenggarakan pelayanan sosial pada anak dan keluarga yang perlu selalu ditopang oleh pendanaan yang memadai. Pada masa pandemic COVID-19, SOS Children's Villages berupaya membangun dan mengembangkan strategi pengumpulan dana. Perlu inovasi dan kreasi baru dengan menggunakan perkembangan teknologi informasi dan berbagai media, termasuk media sosial dalam pengumpulan dana.

Kata Kunci : Fundraising, Manajemen Strategi Fundraising, Organisasi Pelayanan Sosial, COVID-19

ABSTRACT

A social service organization has five aspects that need to be considered in its management, namely planning; organizing; budgeting; human resource development and information systems. Of these five aspects, budgeting / fundraising is one of the most important aspects in its implementation besides the human resource factor. Fundraising strategies that are planned, mature and flexible with the progress of the times are needed, especially in the current pandemic so that they can survive with their focus on serving the community. Fundraising activities aim to be able to obtain fresh funding sources that support the wheels of life in financial management in an organization. If it is related to what is happening right now, namely the world is faced with a COVID-19 pandemic which will harm various parties, one of which is what will happen to non-profit social services which requires extra funding in this situation. SOS Children's Villages Indonesia, which has been established in 11 provinces, is a social organization that provides social services for children and families that need to be supported by adequate funding. During the COVID-19 pandemic, SOS Children's Villages is working to build and develop a fundraising strategy. It needs new innovations and creations by using developments in information technology and various media, including social media in raising funds.

Keywords: Fundraising, Fundraising Strategy Management, Social Service Organizations, COVID-19

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 237 - 247	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

PENDAHULUAN

Saat ini dunia sedang dilanda wabah COVID-19 atau yang sering disebutkan dengan virus corona. *World Health Organization* (2020) menyatakan bahwa virus tersebut dapat menyebar melalui orang ke orang dari percikan-percikan yang dikeluarkan oleh hidung atau mulut yang keluar dari orang yang terinfeksi COVID-19. Apabila percikan tersebut kemudian jatuh ke benda atau permukaan di sekitar, dan orang menyentuh benda atau permukaan tersebut selanjutnya menyentuh mata, hidung atau mulutnya tentu akan menyebabkan terjadinya penularan virus tersebut. Lain dari itu, penularan juga dapat terjadi jika orang menghirup percikan yang dikeluarkan melalui batuk atau napas orang yang terinfeksi COVID-19.

Seluruh manusia diharapkan untuk mampu menyesuaikan diri dengan tatanan baru yang digagas pihak-pihak penentu kebijakan untuk tetap diam di rumah mengikuti prosedur yang telah diterbitkan yang ditujukan untuk kebaikan kita bersama. Dengan terjadinya pandemi COVID-19, tentu akan memberikan pengaruh bagi seluruh aspek kehidupan. Berbagai kebijakan pun diterbitkan agar dapat mengurangi mata rantai penyebaran COVID-19, Salah satunya yang menjadi imbasnya ialah berbagai organisasi pelayanan sosial banyak mengalami kemunduran akibat pandemi ini. Namun berbeda halnya jika sedari awal pihaknya telah menyiapkan diri dengan matang, sehingga mampu bertahan dalam situasi apapun yang dirasa mampu merugikan.

Dalam hal ini organisasi pelayanan sosial atau yang biasa disebut dalam bidang pekerjaan sosial dengan sebutan *Human Services Organization (HSO)* menurut Lendriyono (2017) merupakan organisasi yang memiliki fokus dalam penyedia pelayanan bagi setiap manusia dengan berupaya membawa misi sosial yaitu menyediakan pelayanan kepada masyarakat yang berdasarkan atas nilai-nilai

kemanusiaan, solidaritas, kedermawaan serta kebersamaan tanpa mengindahkan keuntungan materi. Sintaningrum et al., (2011) menambahkan bahwa dalam praktiknya, organisasi pelayanan sosial agar dapat menjadi unggul dibutuhkan manajemen yang baik sehingga dapat memberikan pelayanan yang efektif dan efisien bagi siapapun.

Ketner (2002) dalam Rachmasari (2016) menyatakan bahwa terdapat lima aspek dalam manajemen organisasi pada pelayanan sosial, yaitu *planning; organizing; budgeting; human resources development* serta sistem informasi. Kelima aspek tersebutlah yang akan menjadi penunjang kinerja organisasi pelayanan sosial dalam pencapaian tujuannya. Jika dikaitkan dengan organisasi pelayanan sosial yang kebanyakan bersifat *non-profit* atau organisasi yang berpegang teguh untuk tidak mengindahkan keuntungan, yang mana sering mengalami hambatan pada aspek *budgeting*. Untuk itu perlu lah strategis dalam penggalangan dana atau *fundraising* yang matang dalam menghadapi permasalahan tersebut, terlebih lagi di masa pandemi yang sedang terjadi saat ini agar dapat tetap bertahan dengan fokusnya yaitu melayani masyarakat. *Fundraising* sendiri menurut Rachmasari (2016) merupakan kegiatan yang berupa pencarian dana melalui donatur maupun sumber lainnya yang mempunyai potensi untuk dapat mengembangkan organisasi pelayanan sosial. Kegiatan *Fundraising* bertujuan untuk dapat mendukung roda kehidupan dalam pengelolaan keuangan pada sebuah organisasi.

Berkaitan dengan hal tersebut, penulis tertarik untuk dapat melihat bagaimana strategi fundraising dari sebuah organisasi pelayanan sosial, dan *SOS Children's Villages* menjadi pilihannya, *SOS Children's Villages* sendiri merupakan organisasi nirlaba yang bergerak dalam upaya pemenuhan kebutuhan hak-hak anak dalam memberikan pengasuhan yang berbasis keluarga. Anak-anak yang ikut tergabung dalam *SOS Children's Villages*

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 237 - 247	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

merupakan anak-anak yang telah kehilangan pengasuhan atau yang berpotensi kehilangan pengasuhan dari orang tuanya. Dengan kehilangan pengasuhan, dengan itu anak tentunya akan kehilangan Pendidikan, kesehatan serta pengasuhan (kasih sayang, hak hidup, perhatian) yang semua itu sumbernya tentu dari keluarga (melalui <https://www.sos.or.id/> diakses pada 21 Juni 2020)

SOS Children's Villages hingga saat ini merupakan salah satu organisasi pelayanan sosial yang masih berdiri sampai detik ini. Tentulah pencapaian tersebut didasarkan atas pihak-pihak yang terkait dalam organisasi tersebut telah berupaya semaksimal mungkin untuk dapat memenuhi kelima aspek yang telah disebutkan diatas. Karena tidak dapat dipungkiri bahwasanya kegiatan fundraising/penggalangan dana menjadi penilaian pertama dalam perjalanan sebuah organisasi agar tetap berdiri kokoh di masa pandemi ini. Untuk itu penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi *fundraising* yang di terapkan oleh *SOS Children's Villages* dalam pandemi COVID-19.

METODE KAJIAN

Fokus dalam penelitian ini mengenai Strategi *fundraising* yang di terapkan oleh *SOS Children's Villages* dalam pandemi COVID-19. Penelitian ini berupa penelitian kualitatif, penelitian kualitatif itu sendiri bukan merupakan data dalam bentuk angka melainkan dalam bentuk verbal yang berisi gambaran umum mengenai subjek yang akan penulis teliti, hal tersebut dimaksudkan agar dapat memahami lebih lanjut mengenai sebuah fenomena yang terjadi. Data yang diperoleh berasal dari sumber-sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dan berbagai artikel dari pihak manapun yang memiliki keterkaitan dengan bahasan penelitian. Penggunaan literatur dalam penelitian ini dimaksudkan oleh karena penelitian dengan judul ini pertama kalinya direncanakan, dengan

itu dimaksudkan agar penggunaan sumber sumber yang berasal dari berbagai literatur tersebut untuk dapat membantu peneliti dalam mengetahui dengan jelas fenomena yg terjadi.

Penggunaan literatur dalam penelitian ini berguna pada saat membandingkan dan menyatukan hasil-hasil temuan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan untuk dapat menentukan berbagai persamaan serta perbedaan dari berbagai hasil temuan yang didapatkan dari penelitian yang baru saja dilaksanakan (Burns & Grove, 1993). Sesuai dengan sumber-sumber data, penelitian ini berisi tentang kata-kata serta cerita dari berita dan teori temuan, dikarenakan dengan kondisi saat ini penulis hanya memungkinkan untuk menggunakan sumber-sumber yang berasal dari berbagai laman berita.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Lembaga

SOS Children's Villages merupakan organisasi pelayanan manusia yang berfokus untuk dapat berkomitmen dalam mendukung hak dan kebutuhan anak dan juga berkomitmen untuk dapat memberikan pengasuhan bagi anak yang telah ataupun beresiko kehilangan pengasuhan dari orang tua maupun keluarganya. *SOS Children's Villages* sendiri didirikan oleh Hermann Gmeiner yang merupakan seorang mahasiswa kedokteran yang saat itu pada musim Perang Dunia ke-2 tergerak hatinya ketika harus melihat banyak sekali anak terlantar akibat dari kehilangan pengasuhan dari sosok orang tua. Imst, Austria merupakan tempat pertama didirikannya *SOS Children's Villages* yang saat itu tepatnya pada tahun 1949. *SOS Children's Villages* telah aktif di 135 negara dan telah mengasuh lebih dari 80.000 anak di seluruh penjuru dunia.

Dan tepatnya pada tahun 1972, *SOS Children's Villages* mendirikan village

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 237 - 247	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

pertamanya di Kawasan Lembang, Bandung. Dimana pada saat itu, Bapak Agus Prawoto yang merupakan seorang tentara yang bertugas di Austria tertarik dengan program pengasuhan yang digagas oleh *SOS Children's Villages*. Selanjutnya, pembangunan village kedua didirikan di Cibubur Jakarta pada tahun 1984; village ketiga di Semarang; Tabanan Bali di tahun 1991; serta village kelima, keenam, ketujuh dan kedelapan didirikan atas respon dari bencana tsunami di Aceh pada tahun 2004 dan Flores pada tahun 2005. *SOS Children's Villages* Indonesia telah tersebar di 9 daerah di Indonesia.

Visi

Adapun visi yang terkait dengan *SOS Children's Villages*, meliputi:

1. Setiap anak adalah bagian dari sebuah keluarga
Keluarga adalah jantung masyarakat, Dalam sebuah keluarga setiap anak dilindungi dan merasa diterima serta menjadi bagian dari sebuah keluarga. Di dalam keluarga, anak belajar nilai, berbagi tanggung jawab dan membentuk hubungan jangka Panjang. Lingkungan keluarga memberi anak pondasi yang kokoh sebagai bekal untuk membangun kehidupannya.
2. Setiap anak tumbuh dengan cinta
Melalui kasih sayang dan penerimaan, luka batin tersembuhkan dan kepercayaan diri anak terbangun. Anak belajar untuk mempercayai dirinya dan orang lain. Dengan kepercayaan diri ini setiap anak mampu memahami dan mengasah potensi yang dimilikinya.
3. Setiap anak tumbuh dengan rasa hormat
Setiap pendapat anak didengarkan dan ditanggapi dengan serius. Anak berpartisipasi dalam membuat keputusan yang berdampak bagi kehidupannya dan dibimbing untuk berperan aktif dalam proses pengembangan dirinya. Anak tumbuh

dengan rasa hormat dan harga diri sebagai bagian dari keluarga dan masyarakat.

4. Setiap anak tumbuh dengan rasa aman
Anak dilindungi dari kekerasan, pengabaian dan segala bentuk eksploitasi dan mendapat perlindungan ketika bencana alam dan perang terjadi. Anak berhak memiliki tempat berlindung, terpenuhi pangannya, memperoleh layanan kesehatan dan Pendidikan. Hal tersebut adalah kebutuhan yang paling mendasar bagi tumbuh kembang anak.

Misi

Dibawah ini misi yang digagas oleh *SOS Children's Villages*, antara lain:

1. *SOS Children's Villages* membangun keluarga bagi anak yang kehilangan pengasuhan
SOS Children's Villages hadir untuk memberikan keluarga pengganti bagi anak-anak yang telah kehilangan pengasuhan baik disebabkan oleh orang tua yang meninggal dunia, kemiskinan, dan factor-faktor lainnya. Pendekatan keluarga yang diterapkan di *SOS Children's Villages* berlandaskan empat prinsip yakni setiap anak membutuhkan sosok seorang ibu, dan hidup bersama adik kakak, dalam rumah keluarga, di lingkungan masyarakat yang mendukung.
2. *SOS Children's Villages* membantu mereka membangun masa depan
SOS Children's Villages memberikan kesempatan bagi setiap anak untuk tumbuh dan berkembang berdasarkan kebudayaan dan agamanya serta berperan aktif dalam masyarakat.
3. *SOS Children's Villages* membantu anak untuk memahami dan mengasah kemampuan, minat dan bakatnya.
SOS Children's Villages menjami bahwa setiap anak memperoleh Pendidikan dan pelatihan keterampilan yang dibutuhkan untuk mencapai sukses dan mampu berkontribusi bagi masyarakat.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 237 - 247	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

4. *SOS Children's Villages* mendukung pemberdayaan masyarakat.

SOS Children's Villages berbagi dengan masyarakat dan merespon kebutuhan pengembangan sosial bagi kelompok masyarakat yang rentan (dimana di dalamnya tinggal anak-anak dan remaja yang beresiko kehilangan pengasuhan). *SOS Children's Villages* membangun fasilitas dan program yang bertujuan untuk penguatan keluarga dan mencegah keterpisahan anak dengan keluarga. Kami berkolaborasi dengan masyarakat untuk menyediakan Pendidikan dan layanan kesehatan serta berbagai dukungan tanggap darurat.

Manajemen Strategi Fundraising

Menurut Fred & Forest (2016) Manajemen strategis merupakan segala hal mengenai bagaimana cara mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dalam hal ini dapat diartikan sebagai segala hal yang dilakukan lebih baik oleh suatu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain. Diartikan juga ketika suatu perusahaan dapat melakukan dan menyediakan sesuatu yang perusahaan lain tidak dapat lakukan, sehingga dapat dikatakan perusahaan tersebut mempunyai keunggulan. Adapun menurut Abidah (2016) Fundraising merupakan kegiatan penggalangan dana ataupun daya yang dilakukan dengan berusaha menelaah manajemen pemasaran, motivasi dan relasi. Fundraising juga dapat dikatakan sebagai faktor pendukung suatu Lembaga dalam mendanai program dan mendanai segala kegiatan yang melibatkan Lembaga.

Dalam hal ini, Sargeant (2010: 151) menjelaskan bahwa pendekatan dalam strategi penggalangan dana yang dilakukan oleh organisasi pelayanan sosial untuk mencapai tujuan dari organisasi. Sehingga, pendekatan tersebut dilakukan untuk pengembangan

Tindakan organisasi dalam mencari sumber pendanaan. Hal ini, dimaksudkan agar penggalangan dana yang dilakukan oleh organisasi pelayanan sosial bisa dilakukan secara efisien dan tepat sasaran. Oleh karena itu, penjelasan mengenai strategi fundraising tersebut akan dijelaskan lebih lanjut, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi *Dialogue Fundraising*

Strategi dialogue fundraising yaitu strategi yang dilakukan dengan berdialog langsung ataubiasa disebut face to face (tatap muka) merupakan strategi yang relatif baru di dalam kegiatan fundraising (Sargeant, 2010:260). Dalam hal ini, Sargeant (2010) juga mengungkapkan bahwa strategi ini berasal dari Eropa sekitar tahun 1990-an dan telah sangat berhasil membujuk individu untuk mendukung organisasi pelayanan sosial. Strategi ini biasanya dilakukan di jalan-jalan umum untuk mendekati orang yang lewat di sekitar jalanan tersebut dan melibatkan masyarakat melalui komunikasi langsung dan interaksi percakapan. Hal ini juga seperti yang dikemukakan oleh Young, et al (2007: 179) bahwa strategi ini adalah salah satu sumber yang paling mudah dan efektif dilakukan untuk mendapatkan jumlah uang yang besar. Strategi ini biasa digunakan jika organisasi pelayanan sosial yang membutuhkan uang cepat untuk organisasi, sedang terdapat proyek, impian dana abadi dan kebebasan financial. Disisi lain, Smith (1997) mengemukakan bahwa organisasi pelayanan sosial dapat berfokus kepada kelompok donor tertentu maupun jenis orang tertentu yang merupakan target donor dalam melakukan strategi dialogue fundraising ini. Dalam hal ini terdapat beberapa jenis strategi dialogue fundraising yang biasa dilakukan oleh organisasi pelayanan sosial. Adapun, jenis strategi dialogue fundraising menurut Lindalh (2010), yaitu.

- a) *Door-to-door* (depan pintu): donasi dikumpulkan dari alamat tempat tinggal.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 237 - 247	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

Segmentasi donor terfokus pada pencapaian donor dewasa (40 +). Kampanye depan pintu bisa lebih lama daripada bentuk-bentuk lain dari F2F untuk merekrut jumlah yang sama dari donor.

- b) *Street fundraising* (penggalangan dana di jalan): penggalang dana yang beroperasi di jalan tergolong tinggi. Populer dengan segmentasi ingin merekrut donor muda; 70% dari donor direkrut melalui jalan penggalangan dana yang berusia 25 - 40.
- c) *Private site fundraising*: berlangsung di pusat-pusat perbelanjaan, stasiun kereta api, di festival, konser atau acara olahraga. Penggalang dana beroperasi dari lokasi pusat, seperti; promosi.
- d) *Workplace fundraising* (penggalangan dana di tempat kerja): penggalang dana mengajak karyawan untuk berdonasi
- e) *Prospecting*: pengumpulan dana yang melibatkan orang dalam percakapan dan catatan kontak dan informasi. Hasilnya adalah efektif untuk database lebih dahulu kemudian menindaklanjuti dengan telepon atau kampanye melalui direct mail. Di dalam strategi bertatap muka atau dialogue fundraising dibutuhkan interaksi yang baik untuk mendapatkan donor.

2. Strategi Corporate Fundraising

Sargeant (2010:453) mengemukakan bahwa strategi corporate fundraising merupakan konteks untuk membangun pengembangan organisasi pelayanan sosial dalam bekerjasama dengan perusahaan yang mempunyai kepentingan tertentu. Untuk menjalin kerjasama dengan perusahaan, menurut Sprinkle (2005:40) bahwa perusahaan harus mempunyai informasi dasar tertentu, seperti; syarat dan kebijakan dalam berpartisipasi, kecocokan program dan perjanjian dalam melakukan kerjasama. Oleh karena itu, organisasi pelayanan sosial

dapat mendekati perusahaan potensial dalam melakukan kegiatan fundraising.

Menurut, Young et al (2007:134) adalah salah satu sumber pendapatan yang penting bagi organisasi nirlaba ialah sumbangan dari perusahaan. Bagian pertama dari strategi ini ialah menetapkan tujuan yang jelas dan mengidentifikasi perusahaan yang memungkinkan akan melakukan kerjasama dengan organisasi nirlaba anda. Pada dasarnya perusahaan dengan organisasi pelayanan sosial dalam melakukan kerjasama mempunyai motif yang berbeda-beda ketika melakukan kerjasama tersebut. Motif disini berarti dorongan dalam melakukan kerjasama yang disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan dari masing-masing pihak. Untuk itu dorongan perusahaan dalam melakukan kerjasama dengan organisasi pelayanan sosial dikelompokkan menjadi tiga kategori motif dalam melakukan kerjasama menurut Sargeant (2010:437), yaitu;

- a) Amal: manfaat kepentingan bisnis sedikit atau tidak ada. Hal ini dilakukan dengan tujuan dalam menunaikan kewajiban agama yang dilakukan dalam bentuk berbuat kebaikan terhadap sesama atau masyarakat
- b) Investasi: bertujuan dalam mendukung tujuan strategis jangka panjang yang disesuaikan dengan kebutuhan.
- c) *Commercial*: Manfaat untuk korporasi adalah motivasi utama, seperti yang berhubungan dengan pemasaran dan sponsor untuk acara

3. Strategi Multichannel Fundraising

Perkembangan strategi penggalangan dana saat ini semakin pesat karena didukung pula dengan kemajuan teknologi yang canggih. Terdapat beberapa kunci strategi multichannel fundraising, yang dikemukakan oleh Sargeant (2010) yaitu; penetapan tujuan strategi, media dan saluran yang dipilih untuk mendukung organisasi

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 237 - 247	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

pelayanan sosial dalam melakukan strategi multichannel fundraising ini. Hal ini juga dikemukakan pula oleh Klein (2011) bahwa strategi multichannel fundraising merupakan strategi penggabungan berbagai macam alat dan media dalam mengumpulkan dana dan biasa disebut juga strategi akuisisi penggalangan dana. Berdasarkan hal tersebut, penulis memahami bahwa strategi multichannel fundraising untuk menghasilkan sumber pendanaan bagi keberlangsungan organisasi pelayanan sosial melalui keberagaman dan dukungan dalam penggunaan berbagai saluran dan media komunikasi kepada masyarakat. Selain itu, melalui strategi multichannel fundraising ini organisasi pelayanan sosial lebih mudah dan praktis dalam penyampaian informasi dan mengajak masyarakat untuk berdonasi.

Ada berbagai macam ragam dan jenis strategi multichannel fundraising. Ragam dari channel fundraising mengikuti perkembangan kemajuan dari teknologi. Adapun ragam dari multichannel fundraising menurut Sargeant (2010) akan dipaparkan sebagai berikut:

a) Telefundraising

Penggalangan dana melalui telepon, juga dikenal sebagai telefundraising atau telemarketing, digunakan untuk kedua akuisisi donor dan pengembangan donor. Hal ini dapat dilakukan baik oleh relawan nirlaba sendiri dan staf atau oleh lembaga atau agen yang bekerja sama dengan organisasi pelayanan sosial (Sargeant, 2010:261).

Disamping itu, melalui telefundraising ini organisasi pelayanan sosial dapat melakukan kampanye secara efektif. Young, et al (2007:230) menambahkan bahwa telepon bisa menjadi media yang efektif untuk memperbarui dukungan dari donatur atau untuk menghubungi donatur yang tidak merespon penggalangan dana yang organisasi lakukan seperti misalnya surat langsung.

Telepon juga efektif digunakan untuk mengabarkan isu-isu aktual yang segera membutuhkan bantuan. Telemarketing ditujukan untuk donatur perorangan dan bukan perusahaan.

b) Fundraising Online

Di era saat ini, penggalangan dana melalui online dilakukan dengan menggunakan akses internet. Sargeant (2010:283) mengemukakan bahwa cara termudah, tercepat dan termurah untuk mendapatkan informasi sekarang ini. Fasilitas e-mail dapat digunakan sebagai newsletter, brosur dan laporan-laporan, mengirim undangan kegiatan atau mengedukasi pembaca. Dijelaskan pula oleh Klein (2011:286-288) bahwa pada penggunaan email, penggalang dana dapat mengirimkan proposal, newsletter dan profil organisasi pelayanan sosial kepada alamat email donor. Sedangkan, untuk penggunaan website, pihak organisasi pelayanan sosial dapat menyediakan fasilitas dalam webnya berupa informasi dan profil organisasi, fasilitas berupa untuk lembar isian donatur dengan icon tertentu, dan diberikan suatu kalimat dibawahnya, misalnya “klik untuk berdonasi”.

c) Crowdfunding

Seiring meningkatnya pengguna internet ini, praktik crowd mulai dikenal dan diterapkan dalam berbagai hal. Salah satunya adalah crowdfunding. Young (2012) mengemukakan bahwa crowdfunding atau biasa yang disebut dengan pendanaan kolektif atau patungan adalah suatu praktik penggalangan dana untuk berbagai jenis usaha, baik berupa ide produk, bisnis, atau kegiatan, yang dananya diperoleh dari sumbangan masyarakat banyak, dan sering kali memiliki suatu imbalan baik berupa barang atau jasa. Dalam hal ini, Wheat (2013) mengemukakan bahwa penggalangan dengan menggunakan

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 237 - 247	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

crowdfunding merupakan metode baru yang diterapkan dalam bentuk sebuah aplikasi berbasis website atau platform khusus. Fokus dari crowdfunding adalah menggalang banyak sumbangan kecil dari pada berupa sumbangan besar dari sebuah lembaga donor. Crowdfunding berjalan dalam waktu terbatas dari beberapa hari sampai beberapa minggu, dan berusaha untuk memenuhi target pendanaan sebelum batas akhir waktu.

d) *Community Fundraising*

Variasi dari multichannel fundraising lain yang saat ini dilakukan oleh organisasi pelayanan sosial menunjukkan keragaman dalam aktivitas fundraising, salah satunya community fundraising. Menurut, Chambers (2005:178) bahwa community fundraising yaitu penggalangan dana dengan melibatkan satu komunitas atau beberapa komunitas yang bersatu yang mempunyai visi sama untuk disumbangkan kepada organisasi pelayanan sosial. Dalam hal ini, penggalangan dana dapat melibatkan masyarakat, relawan ataupun kelompok pendukung dalam mencapai target tujuan. Manfaat penggalangan dana melalui komunitas yaitu membangun hubungan dengan komunitas atau masyarakat maupun meningkatkan kesadaran akan manfaat terhadap program dan kegiatan yang dilakukan.

4. Strategi Retention and Development Donor Sargeant dan Woodliffe (2007) mengidentifikasi bahwa banyak alasan donatur di organisasi pelayanan sosial tampaknya melakukan penghentian terhadap dukungan dana kepada organisasi pelayanan sosial. Hal ini disebabkan oleh kualitas pelayanan yang buruk dari organisasi pelayanan sosial, komunikasi yang tidak terjalin dengan baik antara organisasi dengan donatur dan tidak adanya pemberitahuan

laporan keuangan dari organisasi pelayanan sosial. Oleh karena itu, organisasi pelayanan sosial perlu mempertimbangkan untuk menggunakan strategi dalam merawat dan mengembangkan ikatan kepada donatur. Sehingga, penggalang dana yang dilakukan oleh organisasi pelayanan sosial dapat mempertahankan loyalitas dan menjaga kepercayaan donatur kepada organisasi pelayanan sosial. (Sargeant dan Lee, 2004; Sargeant dan Woodliffe, 2007).

- a) Trust and commitment (kepercayaan dan komitmen organisasi kepada donor). Organisasi nirlaba dapat membangun kepercayaan dengan menunjukkan bahwa mereka memiliki diperlukan keterampilan, kemampuan, dan pengetahuan untuk mencapai misi mereka.
- b) Service quality (kualitas pelayanan). Donor yang menerima kualitas layanan yang tinggi akan cenderung untuk menyimpulkan bahwa hal yang sama akan berlaku untuk penerima manfaat. Oleh karena itu penting bahwa kualitas layanan yang diberikan kepada para donor akan diukur dan bahwa perbaikan ini akan dimulai dari waktu ke waktu. Donor perlu mengetahui informasi. Organisasi yang terbuka tentang tantangan yang mereka hadapi, kegiatan yang mereka butuhkan untuk meningkatkan di masa depan akan mendapatkan jauh lebih kepercayaan dari organisasi yang berpura-pura semuanya baik.

Analisis Temuan di Lapangan

Pada masa pandemic COVID-19, *SOS Children's Villages* yang saat ini telah tersebar di 11 kota di Indonesia untuk dapat membantu anak-anak maupun keluarga rentan yang membutuhkan pertolongan. *SOS Children's Villages* bertindak sebagai penyedia

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 237 - 247	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

perlindungan dan pencegahan untuk 5.500 anak dan 2.300 keluarga. Adapun strategi fundraising yang dilakukan oleh *SOS Children's Villages*, meliputi:

1. *Fundraising Online*

Tindakan yang dilakukan *SOS Children's Villages* dalam merespon pandemic COVID-19 seperti yang telah dibagikan di laman Instagram maupun websitenya bahwasanya *SOS Children's Villages* membuka kegiatan penggalangan dana untuk membantu 5500 anak dan 2300 keluarga rentan binaan *SOS Children's Villages* Indonesia agar tetap mendapatkan akses edukasi, meningkatkan imunisasi dan emnajaga kesehatan serta tercukupinya kebutuhan pokok harian di tengah pandemi ini. *SOS Children's Villages* bekerja sama dengan kitabisa.com dalam kegiatan ini, dan hingga saat ini jumlah dana yang telah terkumpul sebanyak Rp150.742.174 dari 1898 orang baik yang bersedia mengulurkan tangannya.

2. *Private site fundraising*

Oleh karena saat ini pemerintah telah menggagas kebijakan *New Normal*. Para Fundraisers *SOS Children's Villages* Indonesia kembali turun ke lapangan, akan dalam pelaksanaannya tentu tetap menerapkan protocol kesehatan yang sudah diterapkan oleh pemerintah. Saat ini kegiatan tersebut telah dilaksanakan di dua lokasi booth *SOS Children's Villages* Indonesia yang berada di Jogja City Mall dan Plaza Renon Bali.

3. *Corporate Fundraising*

Dalam merepon pandemic COVID-19, *SOS Children's Villages* Indonesia berkerja sama dengan PT FWD Life Indonesia untuk dapat berbagi dengan tujuan memberikan bantuan kebutuhan dasar serta perlengkapan kebersihan bagi pihak-pihak yang dirasa kurang beruntung. Yang menjadi menarik bahwasanya penggalangan dana ini dengan menggunakan olah raga virtual yang

menyenangkan yang mana hasil dari kegiatan tersebut dapat dikonversikan menjadi donasi yang tentu akan berguna bagi mereka yang membutuhkan. Run To Care merupakan nama dari strategi penggalangan dana ini, yang mana melibatkan semua pihak untuk melakukan kegiatan olahraga yang lari virtual. Kegiatan ini mengundang banyak narasumber dan audience.

4. *Community Fundraising*

SOS Children's Villages Indonesia dalam merespon pandemic COVID-19 ini juga melakukan penggalangan dana dimana bekerjasama dengan salah satu sebuah klub sepak bola Indonesia yang bermarkas di Tangerang yaitu Persita Tangerang. Penggalangan ini dalam rangka perlindungan dan pencegahan virus COVID-19 bagi anak-anak asuk *SOS Children's Villages* Indonesia dan telah mengumpulkan sebanyak Rp8.081.067 dari 36 donatur melalui situs kitabisa.com/persitalawancorona

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam sebuah organisasi pelayanan sosial terdapat lima aspek yang perlu diperhatikan, yaitu *planning; organizing; budgeting; human resourches development* serta sistem informasi. Dari kelima aspek tersebut budgeting/ fundraising menjadi aspek yang paling penting dalam pelaksanaannya. Untuk itu perlu lah strategis dalam penggalangan dana atau *fundraising* yang matang dalam menghadapi permasalahan tersebut, terlebih lagi di masa pandemi yang sedang terjadi saat ini agar dapat tetap bertahan dengan fokusnya yaitu melayani masyarakat. *Fundraising* sendiri menurut Rachmasari (2016) merupakan kegiatan yang berupa pencarian dana melalui donatur maupun sumber lainnya yang mempunyai potensi untuk dapat mengembangkan organisasi pelayanan

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 237 - 247	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

sosial. Kegiatan *Fundraising* bertujuan untuk dapat mendukung roda kehidupan dalam pengelolaan keuangan pada sebuah organisasi. Jika dikaitkan dengan apa yang terjadi saat ini yaitu dunia sedang dihadapkan oleh pandemic COVID-19 yang mana akan merugikan berbagai pihak, salah satunya apa yang akan terjadi pada pelayanan sosial non-profit dimana memerlukan pendanaan ekstra dalam situasi ini yang mana salah satunya adalah *SOS Children's Villages* Indonesia. Pada masa pandemic COVID-19, *SOS Children's Villages* yang saat ini telah tersebar di 11 kota di Indonesia untuk dapat membantu anak-anak maupun keluarga rentan yang membutuhkan pertolongan. *SOS Children's Villages* bertindak sebagai penyedia perlindungan dan pencegahan untuk 5.500 anak dan 2.300 keluarga. Dalam merespon pandemi ini, *SOS Children's Villages* Indonesia telah mampu memunculkan strategi yang baik dalam kegiatan penggalangan dana agar anak-anak dapat tetap terpenuhi hak serta kebutuhannya. *Fundraising Online, Private site fundraising, Corporate Fundraising*, serta *Community Fundraising* merupakan sekian strategi dalam penggalangan dana yang dilakukan *SOS Children's Villages* untuk tetap bertahan di situasi saat ini.

Saran

SOS Children's Villages Indonesia telah berusaha semaksimal mungkin dalam upaya penggalangan dana untuk dapat berkomitmen pada upaya pemenuhan hak dan kebutuhan anak asuhannya. Penulis berharap agar *SOS Children's Villages* Indonesia dapat bertahan dan mengembangkan inovasi-inovasi yang lebih membuat para donator untuk terlibat dalam kegiatan yang dilakukan *SOS Children's Villages*. Penulis juga menyarankan agar *SOS Children's Villages* Indonesia mengembangkan strategi *Crowdfunding*, dimana berupaya untuk membuat suatu produk yang mana tidak hanya sekedar membeli akan tetapi konsumen dapat

turut serta beramal yang tentu akan bermanfaat bagi anak binaan *SOS Children's Villages*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Burns, N. & Grove, S.K. (1993). *The practice of nursing research: Conduct, critique & utilization* (2 nd. Ed). Philadelphia: W.B. Saunders Company
- Chambers, Donald. 2005. *Social Policy and Social Programs*. Boston: Pearson Education, Inch
- Klein, Kim. 2011. *Fundraising for Social Change* (6th edition). San Fransisco: Josey Bass
- Lindahl, Wesley E., 1992. *Strategic Planning for Fund Raising: How to Bring in More Money Using Strategic Resource Allocation*, San Francisco, Calif.: Jossey-Bass
- Rachmasari, Y., Nulhaqim, S. A., & Apsari, N. C. (2016). *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi*. Bandung: UNPAD Press.
- Raharjo, ST. 2019. *Dasar Pengetahuan Pekerjaan Sosial*. Bandung: Penerbit ITB
- . 2019. *Keterampilan Pekerjaan Sosial: Dasar- dasar*. Bandung, Penerbit ITB.
- . 2019. *Dasar-dasar Pekerjaan Sosial*. Bandung, Penerbit ITB.
- . 2020. *Pekerjaan Sosial Generalis*. Bandung, Penerbit ITB.
- Raharjo, ST. 2002. *Manajemen Relawan pada Organisasi Pelayanan Sosial*. Artikel, Jurnal Sosiohumaniora Vol 4 No: 3, Hal 1. Universitas Padjadjaran.
- Raharjo, ST. 2016. *Perpektif Kekuatan Dalam Pekerjaan Sosial*. Jurnal EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial 5 (1), 1-10. UIN Syarif Hidayatullah
- Sargeant, Adrean. 2010. *Fundraising Principal and Practices*. Sans Fransisco: John Wiley & Sons, Inc.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 2	Hal: 237 - 247	Agustus 2020
---	--	--------------	----------------	--------------

Smith, H. W. (1997). If not corporate philanthropy, then what? New York Law School

Wheat, R. E., Wang, Y., Byrnes, J. E., & Ranganathan, J. 2013. Raising money for scientific research through crowdfunding. *Trends in ecology & evolution*, 28(2), 71-72.

Young, Joyce, Ken W. & John S. (2007). Menggalang dana untuk organisasi nirlaba. Jakarta: PT. INA PUBLIKATAMA.

Jurnal

Lendriyono, F. (2017). Strategi Penguatan Organisasi Pelayanan Sosial Berbasis Keagamaan. *Jurnal Sosial Politik*, 3(2), 66.
<https://doi.org/10.22219/sospol.v3i2.4885>

Rachmasari, Y., Nulhaqim, S. A., & Apsari, N. C. (2016). Penerapan Strategi Fundraising Di Rumah Singgah Bina Anak Pertiwi, Jakarta. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 363.
<https://doi.org/10.24198/jppm.v3i3.13779>

Sintaningrum, Setiawan, T., & Pancasilawan, R. (2011). *Studi Human Services Organization (HSO) dalam Pemenuhan Kebutuhan Masyarakat di Kota Bandung*. 1–71.

Publikasi Elektronik

<https://www.sos.or.id/tentang-sos/visimisi>
<https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa-for-public>
<https://www.sos.or.id/covid>
<https://investor.id/finance/bantu-komunitas-terdampak-covid19-fwd-life-gandeng-sos-childrens-villages-indonesia-dalam-kolaborasi-untuk-berbagi>