

PENGGALANGAN DANA



Penggalangan dana atau *fundraising* merupakan salah satu fungsi yang penting bagi organisasi seni pertunjukan untuk menjalankan organisasinya. Penggalangan dana yang khusus untuk suatu proyek atau produk, sering disebut *sponsorship* dan dapat masuk kategori promosi.

Setiap organisasi memiliki lingkungan yang berbeda-beda, sehingga tingkat kesulitan setiap organisasi dalam upaya *fundraising* juga berbeda-beda. Di beberapa negara, termasuk negara-negara tetangga seperti Singapura dan Filipina, sumbangan kepada organisasi nirlaba (tidak berorientasi ke laba) termasuk organisasi seni pertunjukan merupakan pengeluaran yang dapat mengurangi pajak. Ketentuan semacam itu bisa menjadi insentif bagi pribadi maupun perusahaan untuk memberi sumbangan kepada organisasi seni pertunjukan. Di beberapa negara bahkan terdapat yayasan atau badan yang memang didirikan untuk membantu organisasi seni. Contohnya di Amerika Serikat, pemerintah Federal memiliki *National Endowment for Arts*, yang memberikan bantuan hibah (*grants*) untuk proyek-proyek seni, dengan skema kerja sama (*matching grant*) yang harus diimbangi 50% bantuan dari pihak lain, misalnya: sumbangan dari perusahaan-perusahaan swasta, dan hasil penjualan tiket pertunjukan.

Di antara bangsa-bangsa tertentu, ternyata ada semacam semangat untuk 'memberi dan berbagi'. Suatu riset pada tahun 1993 menunjukkan bahwa 75% orang Amerika memberikan sumbangan yang bersifat sosial. Dari jumlah itu, 48% di antaranya dari golongan yang berpenghasilan rendah. (Di di AS, mereka yang termasuk golongan berpenghasilan rendah adalah mereka yang berpenghasilan di bawah 30.000 dolar setahun). Di Filipina pada tahun 2000 juga ada studi serupa yang menunjukkan bahwa lebih dari 80% responden menyatakan paling sedikit pernah satu kali

menyumbang untuk hal-hal yang bersifat sosial. Dari informasi di atas, karena karakteristik masyarakatnya, upaya *fundraising* di negara-negara tersebut menjadi relatif lebih mudah dibanding dengan di negara kita.

Pada bagian terdahulu telah dikemukakan bahwa *fundraising* adalah salah satu fungsi yang penting bagi organisasi seni pertunjukan. Karena pentingnya, *fundraising* seringkali dilakukan sendiri oleh pimpinan organisasi, walaupun untuk menindaklanjutinya tentu diperlukan bantuan orang lain. Di negara yang maju, ada ahli-ahli *fundraising* yang berperan sebagai konsultan *fundraising* dan dibayar atas jasanya. Akhir-akhir ini di Indonesia juga marak perusahaan-perusahaan *event organizer* yang menawarkan jasa pengelolaan *event*, yang di dalamnya mencakup fungsi *fundraising*. Tentu saja mereka meminta imbalan. Ada juga perusahaan yang khusus menawarkan jasa *fundraising* bagi suatu kegiatan besar, dengan pembayaran berdasarkan persentase tertentu dari dana yang didapat.

Paparan dalam bab ini lebih ditujukan bagi *fundraising* yang dilaksanakan sendiri oleh organisasi seni pertunjukan.

PENGERTIAN *FUNDRAISING*

Pada dasarnya *fundraising* adalah upaya penggalangan dana dalam bentuk uang, tetapi di dalamnya tercakup upaya mendapatkan dukungan/bantuan non-uang, seperti sumbangan pemikiran, tenaga, pinjaman tempat, dan fasilitas.

FUNDRAISING

- ❖ UPAYA PENGGALANGAN DANA MAUPUN DUKUNGAN NON-UANG (PEMIKIRAN, TENAGA, FASILITAS, DSB).
- ❖ SUATU TINDAKAN YANG TERHORMAT
→ JANGAN MERASA BERSALAH ATAU MINTA MAAF!

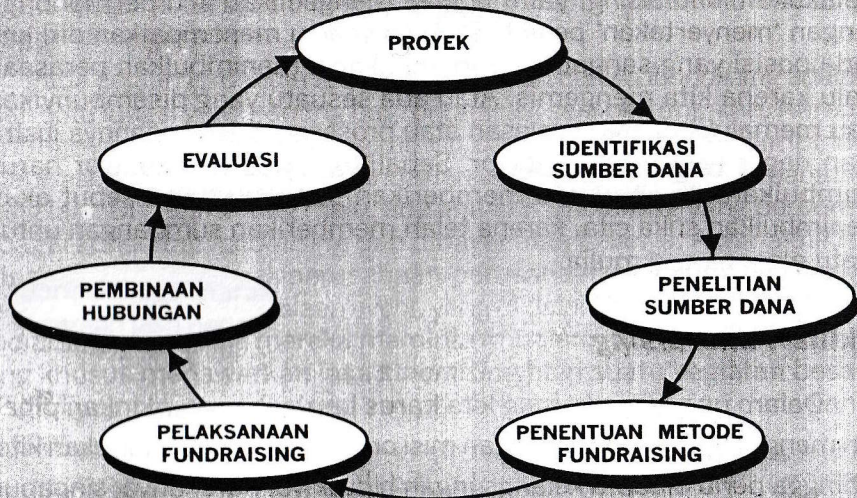
Walaupun lingkungan di Indonesia mungkin kurang mendukung *fundraising* ini, ada satu prinsip yang harus dipegang oleh pihak yang melakukan *fundraising*, yaitu jangan mengecilkan arti permohonan dengan 'menyertakan' permintaan maaf atau menempatkan diri kita pada posisi yang sangat berharap. Ini akan menimbulkan perasaan malu karena kita mengemis. Atau ada sesuatu yang disembunyikan atau memalukan tentang alasan atau prosesnya, dan kesannya justru akan negatif bagi calon donor. Sebaliknya, pada diri donor harus ditimbulkan kesan bahwa memberikan sumbangan tersebut akan menimbulkan suka cita, karena telah memberikan sumbangan untuk suatu alasan yang mulia.

Siklus *Fundraising*

Dalam upaya *fundraising* kita harus berusaha meyakinkan pihak lain mengenai pentingnya visi dan misi organisasi seni pertunjukan kita, sehingga perlu dibantu kelangsungan hidupnya. Karenanya, siapapun yang menjadi pelaksana *fundraising* harus terlebih dahulu benar-benar meyakini misi dan visi organisasinya.

Jika ada program atau proyek dari organisasi seni pertunjukan yang harus diawali dengan dana sebaiknya kebutuhan dana tersebut dituangkan ke dalam suatu proposal. Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam *fundraising* adalah identifikasi sumber dana, penelitian sumber dana, penentuan metode *fundraising*, pelaksanaan *fundraising*, pembinaan hubungan, dan evaluasi. Langkah-langkah ini merupakan suatu siklus, karena pada tahap akhir yaitu evaluasi, akan dinilai pencapaian yang direncanakan, akan didapatkan hal-hal yang perlu disesuaikan atau diperbaiki, yang kemudian akan menjadi masukan bagi program/proyek yang baru.

SIKLUS FUNDRAISING



Bagian terakhir yang tak kalah pentingnya adalah mencantumkan besarnya dana yang dibutuhkan dan dana yang tersedia. Dengan mencantumkan besarnya dana yang dibutuhkan dan dana yang tersedia maka akan diketahui besarnya dana yang menjadi target *fundraising* tersebut.

Dengan demikian kerangka deskripsi program atau proyek adalah sebagai berikut:

- Topik yang akan diangkat
- Misi dan Visi organisasi
- Sasaran organisasi
- Program organisasi
- Proyek-proyek
- Kebutuhan dana dan
- Ketersediaan dana
- Kekurangan dana

Identifikasi Sumber Dana

Sebelum mengidentifikasi sumber dana, penting bagi organisasi seni pertunjukan untuk memahami motivasi orang atau institusi untuk memberi sumbangan. Dengan pemahaman ini kita dapat mencari calon donor yang tepat dan metode yang sesuai untuk mendekatinya.

Motivasi orang/institusi memberi sumbangan antara lain adalah sebagai berikut.

- Kebutuhan akan kebanggaan diri (*self esteem*)
Ada orang-orang yang membangun kebanggaan diri dan citra dirinya dengan memberikan sumbangan. Dengan memberi sumbangan mereka merasa 'nyaman' dan 'baik', karena telah melakukan perbuatan baik
- Kebutuhan untuk diakui oleh orang lain
Bagi orang-orang yang memiliki kebutuhan yang tinggi untuk diakui masyarakat, memberi sumbangan merupakan salah satu sarana untuk menaikkan status atau kebanggaan di mata orang lain. Mereka berharap dengan memberi sumbangan masyarakat akan menghargai perbuatan baiknya.

Deskripsi Proyek

Dalam mendeskripsikan program/proyek, topik yang akan diangkat harus dikemukakan secara jelas, tanpa bertele-tele, dengan menggunakan bahasa yang lugas namun tetap menarik. Bahkan kalau dapat, judulnya sudah mencerminkan isunya dan menarik bagi yang membaca. Sebagai contoh, judul "Tari Topeng XXXXX Diambang Kepunahan. Pedulilah Anda?" mungkin akan lebih menarik daripada sekedar "Program Penyelamatan Tari Topeng XXXXX".

Seperti telah disinggung di depan, misi dan visi organisasi harus dicantumkan dalam deskripsi proyek, sebab misi dan visi organisasi tersebut yang akan menjadi alasan utama bagi donor untuk memberikan sumbangannya. Selanjutnya, dalam deskripsi program/proyek perlu dicantumkan sasaran dan program organisasi. Kemudian proyek yang menjadi subjek perlu dipaparkan secara lebih detail, tapi tidak berlebih-lebihan. Hal yang penting dikemukakan di sini adalah latar belakang yang mendasari pemikiran tentang proyek tersebut dikaitkan dengan misi dan visi organisasi seni pertunjukan, sasarannya dan partisipasi yang diharapkan dari berbagai pihak.

- ❑ Kebanggaan karena diasosiasikan dengan sesuatu
Ada orang-orang yang memberi sumbangan karena merasa bangga diasosiasikan dengan suatu organisasi, suatu program atau bahkan orang tertentu. Kebanggaan semacam ini dapat ditumbuhkan dengan komunikasi atau upacara tertentu.
- ❑ Rasa tanggung-jawab dan kecintaan pada seni
Mungkin orang memberikan sumbangan karena mereka sangat menghargai nilai-nilai seni tertentu dan merasa bertanggung-jawab untuk mendukungnya sebagai tanggung jawab sosial mereka.
- ❑ Pertimbangan bisnis
Banyak perusahaan atau pemilik perusahaan yang berharap bisa menaikkan citranya dengan memberi sumbangan pada organisasi seni.
- ❑ Sumbangan dari orang-ke-orang
Beberapa orang memberi sumbangan karena diminta oleh orang yang mereka sukai atau hormati
- ❑ Memberi sumbangan karena terganggu
Ada orang-orang yang memberi sumbangan agar dapat lepas dari gangguan peminta sumbangan. Karena itu kunjungan pribadi merupakan cara yang efektif untuk meminta sumbangan. Permintaan sumbangan menggunakan surat, bisa diabaikan. Tetapi kunjungan pribadi tidak bisa diabaikan.
- ❑ Pertimbangan perencanaan keuangan
Di beberapa negara, salah satu motivasi penting perusahaan atau perorangan dalam memberi sumbangan adalah pengurangan pajak. Sampai buku ini diterbitkan (pada akhir tahun 2002) di Indonesia belum ada peraturan mengenai pengurangan pajak untuk perusahaan atau perorangan yang memberi sumbangan pada organisasi seni, walaupun ada pihak-pihak yang dengan gigih mengupayakan hal tersebut.

MOTIVASI DONOR

- ❑ Kebutuhan akan kebanggaan diri (*self esteem*)
- ❑ Kebutuhan untuk diakui orang lain
- ❑ Kebanggaan karena diasosiasikan dengan sesuatu
- ❑ Rasa tanggung jawab dan kecintaan terhadap seni
- ❑ Sumbangan dari orang ke orang
- ❑ "Melepaskan diri" dari gangguan pencari sumbangan
- ❑ Pertimbangan bisnis – menaikkan citra perusahaan
- ❑ Pertimbangan-pertimbangan perencanaan keuangan: pengurangan pajak

Biasanya terdapat lebih dari satu motivasi yang menyebabkan orang atau institusi memberikan sumbangan. Namun demikian, biasanya penyebab paling utama yang mendorong mereka memberi sumbangan adalah kepercayaan terhadap tujuan dan program organisasi.

Sungguh merupakan kesalahan yang besar apabila kita berharap donor/penyumbang akan datang sendiri menawarkan sumbangan tanpa diminta, meskipun organisasi kita memiliki tujuan-tujuan yang mulia. Melalui survei yang dilakukan terhadap penyumbang diperoleh informasi bahwa mereka memberikan sumbangan pada suatu organisasi paling sering adalah "karena diminta". Alternatif sumber dana yang dapat didekati adalah sebagai berikut.

Instansi Pemerintah

Karena tugas-tugasnya, beberapa instansi pemerintah menjadi sumber dana yang potensial. Instansi tersebut misalnya adalah Dinas Pariwisata Seni dan Kebudayaan yang merupakan bagian dari Pemerintah Provinsi, maupun Pemerintah Kota, yang mempunyai fasilitas fisik (misalnya Taman Budaya) maupun anggaran untuk mendukung atau bahkan mendorong kesenian. Beberapa duta kesenian ke luar negeri ada yang mendapatkan dana dari instansi ini. Hal yang sama berlaku bagi perwakilan pemerintah negara asing, bahkan biasanya ada lembaga khusus yang menangani hal semacam ini (contohnya British Council, Goethe Institute, Centre Culturel Français).

Organisasi Nirlaba

Yang termasuk kelompok ini adalah yayasan-yayasan yang mempunyai kepedulian terhadap seni. Di dalam negeri misalnya adalah Yayasan Kelola dan Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia (MSPI). Di luar negeri contohnya adalah Ford Foundation, Japan Foundation, dan Asian Cultural Council.

Organisasi bisnis

Pada umumnya, organisasi bisnis memberikan dana karena alasan-alasan bisnis, misalnya pengurangan pajak dan pembentukan citra. Namun, ada beberapa perusahaan yang secara khusus memang mendukung kegiatan-kegiatan seni budaya. Kedua jenis organisasi bisnis ini dapat dijadikan sumber dana bagi organisasi seni pertunjukan. Di Indonesia misalnya adalah PT Semen Gresik yang mendukung pelestarian Pedalangan Kraton Yogyakarta yang meliputi perbaikan sarana fisik maupun pengembangan sumber daya manusianya dan PT Astra Internasional yang mendukung pergelaran-pergelaran Twilite Orchestra. Yang perlu disebut secara khusus di sini adalah sumbangan dari berbagai media masa seperti koran, majalah, dan stasiun TV swasta. Mereka bersedia memberikan sumbangan nonuang, berupa iklan gratis dalam berbagai bentuk bagi proyek organisasi seni pertunjukan yang bersangkutan. Ada pula perusahaan yang menyumbangkan waktu karyawannya untuk membantu pengelolaan suatu proyek. *JakArt*, misalnya, sejak awal proyeknya memperoleh sumbangan dari suatu kantor akuntan berupa bantuan untuk pembukuan keuangannya agar memenuhi persyaratan internasional bagi pembukuan yang baik yang akan memudahkan bagi penggalangan dana dari sumber-sumber internasional pada tahun-tahun berikutnya.

Pribadi

Pribadi yang peduli kepada organisasi seni pertunjukan dapat menjadi anggota, pengurus maupun simpatisan dan menyumbangkan iuran tertentu secara reguler maupun tidak. Sedangkan dermawan atau donor biasanya akan menjadi sumber dana yang signifikan yang dihargai secara khusus namun tidak harus duduk sebagai pengurus atau anggota.

Penelitian Sumber Dana

Agar bisa mendapatkan calon pemberi dana yang sesuai dengan program yang akan diselenggarakan, penting sekali organisasi pertunjukan untuk melakukan penelitian terlebih dahulu. Penelitian tersebut ini sebaiknya dilakukan dengan mengikuti penunjuk (*lead*) yang bisa diperoleh, jadi tidak bersifat asal "meraba-raba".

Lead bagi sumber dana dapat bermacam-macam; yang paling jelas hubungannya, misalnya simpatisan organisasi dan teman-teman. Berita atau iklan di media massa juga dapat menjadi ilham adanya sumber dana tertentu. Organisasi budaya lain yang pernah mendapat dana dari suatu sumber tentulah merupakan *lead* yang sangat baik. *Funding Agent* (Organisasi Pemberi Dana, misalnya USAID, Japan Foundation, dan sebagainya) tertentu, selain menjadi sumber dana, juga dapat menjadi penunjuk yang dapat dipercaya tentang adanya sumber dana lain. Yang paling tidak dapat diandalkan tapi mungkin saja terjadi adalah "nasib baik". Walaupun sangat kecil, selalu ada kemungkinan bagi seorang pimpinan suatu organisasi seni pertunjukan berjumpa secara kebetulan dan berbincang-bincang dengan seorang dermawan dan dari pembicaraan itu sang dermawan langsung berminat membiayai suatu proyek pertunjukan seni yang sedang dicarikan pendanaannya.

"LEAD" SUMBER DANA

- ◆ Simpatisan, teman-teman
- ◆ Berita di media masa
- ◆ Iklan di media masa
- ◆ Organisasi Budaya Lain
- ◆ Organisasi Penyandang Dana
- ◆ "Nasib Baik"

Informasi yang perlu diperoleh dari nara sumber tentang sumber dana **organisasi** antara lain adalah:

- alamat, nomor, telepon, nomor faksimili, dan *email*,
- program/kegiatan yang terkait dengan organisasi,
- apa yang dibutuhkan dan dapat diberikan oleh organisasi,
- potensi dana yang mungkin dimanfaatkan oleh organisasi,
- sarana dan prasarana yang mungkin disumbangkan,
- hubungan dengan organisasi kita atau organisasi sejenis pada masa lalu,
- dana yang pernah disumbangkan,
- orang yang dapat dihubungi (*contact person*), dan
- proposal yang diminta: isi, format, batas waktu harus menyerahkan.

Informasi yang perlu diperoleh dari nara sumber tentang sumber dana **individu** antara lain adalah:

- alamat, nomor .telepon, nomor faksimili, *email*,
- pekerjaan,
- minat khusus (yang terkait dengan program organisasi) atau motivasi pribadi,
- potensi dana yang dapat disumbangkan,
- sarana dan prasarana yang mungkin disumbangkan,
- hubungan dengan organisasi kita atau organisasi sejenis pada masa lalu, dan
- dana yang pernah disumbangkan.

Setelah melakukan penelitian tentang sumber dana, selanjutnya disusun prioritas sumber dana potensial yang akan dituju. Prioritas dapat didasarkan seperti berikut.

- (1) Yang sudah biasa menyumbang dalam jumlah besar
- (2) Yang sudah biasa menyumbang dalam jumlah kecil
- (3) Yang kemungkinan besar akan menyumbang dalam jumlah besar
- (4) Yang kemungkinan besar akan menyumbang dalam jumlah kecil

Bila diinginkan hasil yang maksimal, penelitian sumber dana ini sebaiknya tidak dilakukan secara sambil lalu. Sebagai contoh, Brooklyn Academy of Music (BAM) di New York Amerika Serikat memiliki beberapa staf purna waktu yang bertugas melakukan penelitian sumber dana, mengirimkan proposal tawaran yang sesuai, dan menindaklanjutinya. Di Jakarta, penyelenggara *JakArts* yang sejak tahun 2000 bulan Juni melaksanakan berbagai kegiatan seni selama sebulan penuh di berbagai tempat, juga memiliki staf purna waktu. Penelitian terhadap sumber dana potensial juga bukan hanya dilakukan di Indonesia, tapi juga di luar negeri.

Satu hal yang perlu diingat adalah bahwa sumbangan kepada organisasi seni pertunjukan kita hendaknya dipandang sebagai suatu transaksi, bukan sekedar transfer dana. Mungkin ada orang yang memberikan sumbangan dan mengatakan bahwa mereka tidak mengharapkan sesuatu sebagai balasan. Tapi sebenarnya kebanyakan orang atau institusi mempunyai harapan-harapan. Paling tidak mereka akan mengharapkan organisasi seni pertunjukan kita untuk menggunakan dana yang disumbangkan secara efisien dan menunjukkan rasa terimakasih. Akan lebih baik, apabila kita informasi yang diberikan kepada sumberdana tentang dampak dari sumbangan mereka dan bagaimana dana tersebut digunakan.

Penentuan Metode *Fundraising*

Ada beragam *metode fundraising* yang dapat dilakukan organisasi seni pertunjukan, antara lain melalui surat edaran/*direct mail*, dengan mengirimkan proposal khusus, dan acara-acara amal seperti malam dana, lelang amal, dan bazar amal. Suatu contoh yang belum terlalu umum di Indonesia tapi sudah mulai dilakukan oleh Teater Galeri Kajanglako sejak 1999 adalah menghimpun "mitra". Mitra yang memberikan kontribusi tahunan dalam jumlah tertentu akan mendapatkan berbagai fasilitas dan kemudahan yang terkait dengan aneka kegiatan Kajanglako, dan lebih dari itu mitra tersebut mendapat pengakuan sebagai anggota masyarakat yang peka dan peduli terhadap seni dan budaya nasional.

Perlu dicatat bahwa metode *fundraising* yang tepat sangat tergantung pada hubungan antara pencari dana dengan calon pemberi dana. Makin bersifat pribadi pendekatan *fundraising*-nya, makin

besar kemungkinan suksesnya. Pendekatan yang dapat dilakukan misalnya:

- kunjungan pribadi oleh seseorang yang dikenal oleh calon donatur,
- kunjungan oleh seorang yang tidak dikenal calon donor,
- melalui telpon, dan
- melalui surat langsung.

Dalam memilih metode *fundraising*, harus diperhatikan juga upaya dan biaya yang dikeluarkan organisasi seni pertunjukan, apakah hasil yang diharapkan. sesuai dengan dana yang dikeluarkan.

Beberapa macam metode *fundraising* yang dikaitkan dengan target sumber dana antara lain adalah sebagai berikut:

TARGET SUMBER DANA VERSUS METODE FUNDRAISING

Target : Sumber Dana Umum

- Metode** :
- surat edaran,
 - himbuan media masa,
 - kupon undangan,
 - undian.

Target : Sumber Dana Umum Terbatas

- Metode** :
- memanfaatkan momen tertentu
 - memanfaatkan obyek yang sedang "in"
 - penjualan barang yang berkaitan dengan organisasi

Target : Sumber Dana Khusus

- Metode** : proposal khusus

Bagi organisasi seni pertunjukan, yang lebih tepat dijadikan sebagai target adalah kelompok sumber dana umum terbatas atau bahkan khusus. Contohnya adalah penggemar seni teater, perusahaan-

perusahaan yang peduli pada pelestarian seni tradisional, dan organisasi penyandang dana yang peduli pada proyek-proyek seni budaya.

Pelaksanaan *Fundraising*

Pelaku Fundraising

Dalam pelaksanaan, penanggung jawab *fundraising* sebaiknya adalah pengurus organisasi seni pertunjukan. Namun mereka yang ditunjuk sebagai pelaksana *fundraising* sebaiknya adalah orang yang tepat, yaitu yang memenuhi beberapa kriteria antara lain:

- Dikenal oleh sumber dana
Pelaksana *fundraising* sebaiknya dikenal sumber dana. Pengalaman dan pengamatan menunjukkan ternyata salah satu motivasi orang memberi sumbangan adalah karena menyukai orang yang mendekatinya; maka pemilihan orang yang dikenal sumber dana sebagai pelaksana *fundraising* merupakan kebijakan yang strategis
- Berpengaruh
Orang yang tepat juga berarti orang yang berpengaruh. Orang yang berpengaruh ini sangat strategis untuk dipilih sebagai pelaksana *fundraising*, karena pengaruh yang dimilikinya mempermudah pencapaian sasaran *fundraising*.
- Memiliki kemampuan
Memiliki kemampuan, dalam arti orang yang dipilih memiliki keterampilan yang diperlukan untuk *fundraising*. Keterampilan yang dibutuhkan tersebut antara lain adalah keterampilan hubungan antarmanusia, teknik presentasi dan negosiasi. Akan lebih baik lagi apabila orang tersebut sebelumnya sudah teruji berhasil menangani program sejenis.
- Memiliki komitmen waktu
Walaupun komitmen terhadap waktu nampaknya sepele, orang yang memilikinya ternyata tidak banyak. Karena pelaksanaan *fundraising* ini biasanya harus ditindaklanjuti dengan tekun, maka komitmen waktu merupakan hal yang kritis.
- Mengetahui sumber dana

Akan ideal bila pelaksana *fundraising* ini menguasai informasi tentang calon donor, organisasi, dan proyeknya.

PELAKSANAAN FUNDRAISING

PELAKU FUNDRAISING

Dikenal oleh sumber dana

Berpengaruh

Menguasai informasi tentang sumber dana

Mempunyai kemampuan

Memiliki komitmen

Pendekatan

Sebelum pendekatan dilakukan, sangat penting untuk memastikan bahwa pendekatan ditujukan pada orang yang tepat oleh orang yang tepat. Bila sudah diidentifikasi calon donor yang tepat, baru dipilih salah seorang dari organisasi pertunjukan yang mengenalnya calon donor tersebut untuk melakukan pendekatan. Apabila dalam organisasi seni pertunjukan tidak ada orang yang dikenal oleh calon donor, mereka bisa didampingi orang lain yang mengenal donor tersebut. *Fundraising* untuk *Art Summit 2001* dapat dikatakan sangat berhasil karena salah seorang tokoh seni teater yang menjadi anggota panitia inti berhasil mendekati dan meyakinkan direktur humas dari suatu perusahaan nasional besar sehingga perusahaan tersebut membiayai hampir seluruh program komunikasi *Art Summit 2001* tersebut.

Tahap pendekatan pada pelaksanaan *fundraising* harus dilakukan dengan benar agar tidak terjadi salah langkah yang dapat merusak seluruh proses. Pendekatan pribadi selalu akan lebih efektif, apalagi kalau disertai sikap yang menunjukkan kepedulian, misalnya tidak berkunjung pada jam makan. Janji untuk bertemu perlu dibuat lebih

dahulu, dan datang tepat waktu mutlak untuk memberikan kesan yang baik. Dalam kunjungan, secara singkat namun jelas, paparkan tujuan program atau proyek, dan yakinkan bahwa motivasi donor sejalan dengan tujuan proyek.

Untuk proposal yang perlu dipresentasikan secara khusus, sebaiknya minta waktu khusus yang lebih lama. Apabila harus mengirim surat, perlu dipastikan bahwa surat dikirim kepada orang yang tepat dan nama ditulis dengan benar. Surat juga perlu diantar langsung dan dijelaskan isinya bila ada kesempatan untuk itu. Sebagai tindak lanjut perlu dilakukan konfirmasi lewat telepon dan kunjungan.

Presentasi

Pemilihan orang yang tepat untuk diberi tugas melaksanakan presentasi merupakan hal yang penting, karena orang yang melakukan presentasi perlu sekali menjalin "*rapport*" ("hubungan") dengan hadirin. Penampilan, kemampuan berkomunikasi dengan calon donor, dan sebagainya juga menjadi penting. Dengan kemampuan berkomunikasi, rencana kegiatan/proyek dapat dipresentasikan dengan jelas dan menarik.

Presentasi harus dilaksanakan di tempat yang tepat dan pada waktu yang tepat. Akan baik sekali kalau organisasi seni pertunjukan memiliki tempat yang memadai untuk presentasi, sehingga dapat mengundang calon donor untuk mendengarkan presentasi di tempatnya. Kunjungan mereka sekaligus akan memberikan kesan yang lebih mendalam mengenai aspek-aspek tertentu, seperti fasilitas dan kegiatan-kegiatan, dari organisasi seni pertunjukan tersebut.

Informasi yang lengkap tentang organisasi kita dan program/proyek yang akan dimintakan pendanaannya harus betul-betul dikuasai oleh penyaji presentasi. Dengan presentasi dan secara fisik ditopang brosur-brosur organisasi seni pertunjukan, foto-foto kegiatan, surat, dan proposal. Yang tidak kalah pentingnya adalah penguasaan informasi yang lengkap tentang calon donor, yang akan sangat berguna dalam negosiasi (bila diperlukan) dan dalam keadaan-keadaan tertentu hal ini akan memberikan kesan yang sangat baik pada calon donor tersebut.

Materi yang dipresentasikan tentu akan tergantung pada program/

proyek yang dimintakan dananya. Namun ada hal-hal yang mendasar yang harus dicakup materi presentasi, yaitu: peng-organisasian program, kebutuhan dana dan bantuan lain. Selain itu, materi presentasi mengungkapkan alasan kita meminta calon donor menyumbang dana, manfaat yang dapat diterima calon donor, apa saja yang dapat disumbangkan dan cara pemberian sumbangan. Yang penting sekali untuk diingat adalah cara presentasi harus sedemikian rupa sehingga dapat mengkomunikasikan manfaat yang akan diperoleh oleh calon donor. Penggunaan alat-alat bantu presentasi yang efektif pasti akan sangat membantu. Presentasi diakhiri dengan sesi tanya jawab, dan yang sangat penting diingat adalah penyaji harus selalu bersikap positif dalam menanggapi pertanyaan apapun.

PELAKSANAAN FUNDRAISING

PRESENTASI PROYEK FUNDRAISING

- ❖ **Siapkan bahan selengkap dan semenarik mungkin (*dummy* buku acara, sketsa panggung, kostum dsb)**
- ❖ **Gunakan alat bantu yang efektif**
- ❖ **Sampaikan rencana proyek dengan jelas dan menarik**
- ❖ **Dalam sesi Tanya dan Jawab usahakan selalu bersikap positif**

Administrasi

Walaupun tampaknya sepele, fungsi administrasi harus dilaksanakan secara rapi. Administrasi yang baik akan menimbulkan pada kesan bahwa organisasi seni pertunjukan dapat dipertanggungjawabkan. Lebih lanjut, hal ini akan mewarnai citra organisasi di mata publik, dan yang lebih penting lagi di mata para donor.

Yang termasuk dalam tugas administratif antara lain adalah: pencatatan dana yang masuk secara rinci, dari siapa, jumlah, dan kapan, pengiriman surat ucapan terima kasih pada para donatur, serta pelaporan ke dalam organisasi seni pertunjukan sendiri dan kepada donor.

Pembinaan Hubungan dengan Donor

Hubungan langsung dengan donor sebenarnya berlangsung pada beberapa tahap, yaitu: saat kontak awal, saat penyampaian proposal, saat presentasi, dan pada saat kegiatan berlangsung. Namun, setelah dana didapatkan, mutlak bagi organisasi seni pertunjukan untuk meneruskan bahkan membina hubungan baik dengan donor, agar tercipta hubungan yang baik untuk waktu selama mungkin.

Pembinaan hubungan dengan donatur dapat dilakukan bervariasi, dari yang paling sederhana, seperti: menyampaikan ucapan terima kasih, mengirimkan ucapan selamat Lebaran dan Natal, hingga melibatkan donor dalam pelaksanaan kegiatan serta mengundang mereka pada acara-acara yang dilaksanakan organisasi dan menempatkan mereka di tempat duduk yang terhormat.

Yang harus diberikan secara resmi dan teratur adalah informasi perkembangan organisasi dan pelaksanaan program serta laporan hasil kegiatan dan penggunaan dana.

MEMBINA HUBUNGAN DENGAN DONOR

- ◆ MENYAMPAIKAN UCAPAN TERIMA KASIH
- ◆ MEMBERI INFORMASI PERKEMBANGAN ORGANISASI DAN PELAKSANAAN PROGRAM
- ◆ MENGUNDANG PADA ACARA-ACARA YANG DILAKSANAKAN ORGANISASI
- ◆ MENEMPATKAN PADA TEMPAT DUDUK YANG TERHORMAT
- ◆ MELIBATKAN DALAM PELAKSANAAN KEGIATAN
- ◆ MENYAMPAIKAN LAPORAN HASIL KEGIATAN DAN PENGGUNAAN DANA

Evaluasi *Fundraising*

Tahap akhir dari siklus *fundraising* adalah evaluasi. Evaluasi *fundraising* pada dasarnya adalah perbandingan target *fundraising* dengan realisasinya. Dari sisi donor, evaluasi dapat dilakukan secara detail meliputi jumlah donor yang memberi sumbangan, donatur baru,

donor yang memberi sumbangan lagi, dan donor yang tidak mau memberi lagi.

Hal-hal tersebut sebaiknya dianalisis untuk memberikan gambaran bagi organisasi seni pertunjukan. Besarnya angka-angka sumbangan tentu akan memberikan makna juga untuk dianalisis.

Tahapan evaluasi dapat dilihat dari gambaran di bawah ini:

Dari berbagai catatan dan angka tersebut dapat dilakukan analisis keberhasilan, kegagalan, kekuatan dan kelemahan yang akan berguna untuk membuat langkah-langkah perbaikan dan penyesuaian bagi program maupun proyek *fundraising* yang akan datang.

EVALUASI FUNDRAISING

AWAL

Beberapa proposal yang dibuat (diberi nomor)
Kemana akan disebar

CEK PELAKSANAANNYA

PERBAIKI

TENGAH

Beberapa dana yang sudah masuk
Bila perlu, sampaikan kepada (calon) donor beberapa nama yang telah memberikan sumbangan
Adakah kebutuhan dana yang harus dikeluarkan segera?
Sudah berapa jauh rencana kegiatan tercapai?

CEK PELAKSANAANNYA

PERBAIKI

AKHIR

Jenis bantuan apa saja yang masuk
Berapa dana yang sudah diterima
Bagaimana pengeluaran dana tersebut
Seberapa jauh pencapaian target proyek

BUAT LAPORAN KEUANGAN DAN LAPORAN AKHIR

ANALISA KEBERHASILAN, KEGAGALAN, KEKUATAN, KELEMAHAN
UNTUK PERBAIKAN DI KEGIATAN YANG AKAN DATANG