PROSES KERJA TIM DIVISI FUNDRAISING LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL DT PEDULI PADA KAMPANYE DT PEDULI UNGGUL

Dwi Rahayu Nurmiati¹

dwi23018@mail.unpad.ac.id¹

Maulana Irfan²

maulanairfan@unpad.ac.id²

Soni Nulhaqim³

soni.nulhaqim@unpad.ac.id³

^{1,2,3}Universitas Padjadjaran

ABSTRACT

This article investigates the teamwork process of the Fundraising Division of the National Zakat Amil Institution DT Peduli in the "DT Peduli Unggul" campaign. Through a qualitative approach, this research aims to understand how the Fundraising team collaborates, communicates, and coordinates their efforts in the fundraising campaign. Data collection methods involve in-depth interviews with Fundraising team members and document analysis related to the campaign. The research findings highlight the processes of communication, compromise, cooperation, coordination, and consumption within the Fundraising team, as well as their practical implications for fundraising efforts at DT Peduli. These findings can provide valuable insights for other non-profit organizations seeking to enhance the effectiveness of their fundraising campaigns through coordinated teamwork.

Keywords: Teamwork, Zakat Institution, Fundraising, Campaign.

ABSTRAK

Artikel ini menyelidiki proses kerja tim Divisi Fundraising Lembaga Amil Zakat Nasional DT Peduli dalam kampanye "DT Peduli Unggul". Melalui pendekatan kualitatif Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana tim Fundraising berkolaborasi, berkomunikasi, dan mengkoordinasikan upaya mereka dalam kampanye penggalangan dana tersebut. Metode pengumpulan data melibatkan wawancara mendalam dengan anggota tim Fundraising dan analisis dokumen terkait kampanye. Hasil penelitian menyoroti proses komunikasi, kompromi, kooperasi, koordinasi dan konsumsi. Dalam proses kerja tim Fundraising, serta implikasi praktisnya bagi upaya penggalangan dana di DT Peduli. Temuan ini dapat memberikan wawasan berharga bagi organisasi nirlaba lainnya yang ingin meningkatkan efektivitas kampanye penggalangan dana mereka melalui kerja tim yang terkoordinasi.

Kata Kunci: Kerja Tim, Lembaga Zakat, Fundraising, Kampanye.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim. Banyaknya penduduk muslim membuat Indonesia memiliki potensi zakat yang besar (Ilmiah & Islam, 2022) fakta bahwa Indonesia memiliki mayoritas penduduk yang beragama Islam, Indonesia memiliki potensi zakat yang besar. Zakat adalah kewajiban bagi umat Muslim yang mampu untuk memberikan sebagian dari harta mereka kepada mereka yang membutuhkan. Sebagian besar zakat diberikan kepada fakir miskin, yatim piatu, janda, orang tua terlantar, dan mereka yang membutuhkan bantuan dalam masyarakat. Zakat juga dapat diberikan untuk keperluan pendidikan, kesehatan, dan pembangunan infrastruktur sosial. Dengan mayoritas penduduk yang memeluk agama Islam, Indonesia memiliki potensi zakat yang besar karena jumlah penduduk yang besar. Potensi zakat ini dapat dimanfaatkan untuk membantu mengurangi kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan sosial, dan mendukung pembangunan berkelanjutan di seluruh negeri. Pemerintah dan organisasi keagamaan di Indonesia terus mendorong masyarakat untuk membayar zakat secara rutin dan efektif. Selain itu, lembaga-lembaga keuangan Islam juga mengembangkan produk dan program yang memfasilitasi pengumpulan dan distribusi zakat dengan lebih efisien. Dengan demikian, fakta bahwa Indonesia memiliki mayoritas penduduk Muslim menunjukkan bahwa negara ini memiliki potensi zakat yang besar, yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas.

Organisasi pelayanan kemanusiaan selalu terhubung dengan manajemen dan administrasi pekerjaan sosial. Suatu penggerak untuk mengambil keputusan serta

dapat digunakan sebagai evaluasi kegiatan yang telah dilakukan merupakan administrasi (Nurwahyuliningsih & Nulhaqim, 2021). Lembaga zakat pada dasarnya dalam memberikan pelayanan haruslah yang pertama haruslah transparan dan bisa menciptakan kepuasan baik kepuasan para muzakki maupun para mustahiq sehingga bisa menyebabkan suatu loyalitas yang sangat besar sehingga akan semakin banyak zakat dan wakaf yang diperoleh dan akhirnya disalurkan kepada para mustahiq (Gunawan, 2018) Administrasi diperlukan sebagai penggerak untuk mengambil keputusan dan sebagai alat evaluasi terhadap kegiatan yang dilakukan. Ini menunjukkan bahwa manajemen yang efektif dan administrasi yang baik merupakan elemen kunci dalam memastikan kinerja yang optimal dari suatu lembaga zakat. Administrasi diperlukan sebagai penggerak untuk mengambil keputusan dan sebagai alat evaluasi terhadap kegiatan yang dilakukan. Ini menunjukkan bahwa manajemen yang efektif dan administrasi yang baik merupakan elemen kunci dalam memastikan kinerja yang optimal dari suatu lembaga zakat.

Kerja tim didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam berkolaborasi dan bekerja dengan orang lain untuk mencapai tujuan bersama dalam konteks kelompok atau tim (Lower, Newman, and Anderson-Butcher, 2017). Sebagai konstruksi umum, kerja tim melibatkan anggota kelompok atau tim yang bersedia berinteraksi tepat satu sama lain dengan menunjukkan berbagai keterampilan sosial dan proses kelompok seperti pemecahan masalah, negosiasi, pemberian umpan balik atau feed back, dan menggambarkan tanggung jawab dan akuntabilitas (Lower et al., 2017) kerja

tim adalah kemampuan individu untuk berkolaborasi dan bekerja dengan orang lain dalam mencapai tujuan bersama dalam konteks kelompok atau tim. Dalam konteks kerja tim, anggota tim dituntut untuk berinteraksi secara efektif dengan menunjukkan berbagai keterampilan sosial dan proses kelompok seperti pemecahan masalah, negosiasi, memberikan umpan balik, serta menunjukkan tanggung jawab dan akuntabilitas

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, LAZ (Lembaga Amil Zakat) adalah lembaga yang didirikan oleh masyarakat dengan tujuan untuk mengumpulkan, mendistribusikan, dan memanfaatkan zakat. Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhiid Peduli adalah organisasi non-profit yang berfokus pada pengelolaan dana zakat, infaq, sedekah, dan wakaf. Dana yang terhimpun dari ZISWAF tersebut akan dialokasikan untuk program-program pelayanan dan pemberdayaan dalam berbagai bidang seperti ekonomi, kesehatan, pendidikan, dakwah, dan sosial kemanusiaan. Fokus utama saat ini adalah untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat agar dapat mencapai kemandirian bersama-sama. Didirikan oleh KH. Abdullah Gymnastiar pada tanggal 16 Juni 1999 sebagai bagian dari Yayasan Daarut Tauhiid, organisasi ini bertujuan untuk menjadi contoh dalam pengelolaan zakat nasional yang dipercaya, profesional, transparan, dan terkemuka dengan jangkauan operasi yang merata.

Lembaga Zakat menggunakan berbagai strategi dalam proses penghimpunan zakat. Fundraising adalah penghimpunan dana dan sumber daya lainnya yang digunakan dalam pembiayaan program atau operasional kegiatan suatu lembaga demi mencapai visi dan misinya. (Harfiah Ningrum et al., 2021) Strategi penggalangan dana adalah usaha yang dilakukan oleh lembaga pengelola zakat untuk mengedukasi masyarakat tentang

keberadaannya dan mendorong mereka untuk menyumbangkan zakat, infak, dan sedekah kepada lembaga tersebut. Tujuannya adalah untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menyisihkan dana untuk kegiatan amal melalui lembaga zakat. Proses ini melibatkan berbagai metode seperti pengumpulan dana melalui acara atau program, serta manajemen sumber daya dan interaksi dengan berbagai pihak terkait.

Kegiatan penghimpunan zakat setidaknya mencakup 5 (lima) tujuan pokok, yaitu menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan atau pendukung, membangun citra lembaga (brand image), dan memberikan kepercayaan dan kepuasan pada donator (Anwar et al., 2019) Pernyataan tersebut menjelaskan lima tujuan utama dari kegiatan penghimpunan zakat. Pertama, menghimpun Dana, tujuan utama dari penghimpunan zakat adalah untuk mengumpulkan dana yang akan digunakan untuk membantu mereka yang membutuhkan, seperti fakir miskin, yatim piatu, dan janda-janda. Kedua, menghimpun Donatur, Selain mengumpulkan zakat dari individu yang wajib membayar, kegiatan penghimpunan zakat juga bertujuan untuk mendapatkan dukungan dari para donatur yang bersedia memberikan sumbangan secara sukarela. Ketiga, Menghimpun Simpatisan atau Pendukung. Selain mendapatkan dukungan finansial, penting juga untuk mendapatkan dukungan moral dan sosial dari masyarakat luas. Penghimpunan zakat dapat menjadi kesempatan untuk memperluas jaringan simpatisan dan pendukung lembaga amil zakat. Keempat Membangun Citra Lembaga (*Brand Image*) Salah satu aspek penting dari keberhasilan lembaga amil zakat adalah citra atau brand image yang baik di mata masyarakat. Melalui kegiatan penghimpunan zakat yang transparan, profesional, dan berorientasi pada kebutuhan penerima manfaat, lembaga dapat membangun citra

yang kuat dan dipercaya. Terakhir, Memberikan Kepercayaan dan Kepuasan pada Donatur, Penting untuk memastikan bahwa donatur merasa percaya dan puas dengan penggunaan dana zakat yang mereka sumbangkan. Dengan melakukan pengelolaan dana secara transparan dan akuntabel, lembaga amil zakat dapat membangun kepercayaan dan kepuasan pada donatur. Dalam kampanye DT Peduli Unggul, tim Divisi Fundraising bertanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan strategi penghimpunan zakat yang efektif. Mereka perlu memastikan bahwa kegiatan penghimpunan tidak hanya mencapai target dana, tetapi juga memperkuat citra lembaga, mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, dan memberikan kepuasan pada donatur. Proses kerja tim mungkin melibatkan identifikasi target donatur potensial, penyusunan pesan-pesan yang menarik, pengelolaan acara-acara penggalangan dana, dan komunikasi yang terbuka dengan para donatur. Dengan demikian, tim Fundraising berperan penting dalam mencapai tujuan kampanye DT Peduli Unggul dengan memastikan bahwa kegiatan penghimpunan zakat tidak hanya efektif secara finansial, tetapi juga mendukung citra dan reputasi lembaga serta memenuhi harapan dan kepercayaan para donatur.

Penelitian sebelumnya juga telah menginvestigasi faktor-faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan muzakki terhadap Lembaga Amil Zakat (LAZ) (Larasati, 2017; Majid, 2017; Sidiq, 2015; Triyawan & Aisyah, 2016; Yazid, 2017). Beberapa aspek yang memainkan peran penting dalam memengaruhi kepercayaan muzakki termasuk profesionalisme tenaga kerja dan kualitas layanan di LAZ (Triyawan & Aisyah, 2016; Yazid, 2017). Dalam konteks Proses kerja tim Divisi Fundraising Lembaga Amil Zakat Nasional DT Peduli pada Kampanye DT Peduli Unggul, hasil penelitian sebelumnya yang mengeksplorasi

faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepercayaan muzakki terhadap LAZ dapat menjadi landasan penting dalam merancang strategi penggalangan dana yang efektif.

Implementasi penelitian terdahulu tersebut dalam internal divisi fundraising dt peduli salah satunya memahami Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Muzakki, Tim Divisi Fundraising perlu memahami dengan cermat faktor-faktor yang telah diidentifikasi oleh penelitian sebelumnya, seperti profesionalisme tenaga kerja dan kualitas layanan di LAZ. Ini memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi titik lemah dan memperkuatnya serta memanfaatkan kelebihan yang ada untuk meningkatkan kepercayaan muzakki. Mengintegrasikan Temuan Penelitian ke dalam Strategi Penggalangan Dana yang dilakukan divisi dt peduli pada *campaign* dt peduli unggul adalah mengakomodasi Temuan dari penelitian sebelumnya dapat diintegrasikan ke dalam strategi penggalangan dana. Misalnya, dengan memastikan bahwa tenaga kerja di Divisi Fundraising memiliki tingkat profesionalisme yang tinggi dan menyediakan layanan berkualitas kepada para donatur, mereka dapat meningkatkan kepercayaan muzakki dan meningkatkan kemungkinan sumbangan. Penting juga untuk Meningkatkan Citra dan Reputasi LAZ. Dengan memperhatikan temuan penelitian terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan muzakki, tim Fundraising dapat bekerja untuk meningkatkan citra dan reputasi LAZ. Ini bisa dilakukan dengan menunjukkan transparansi dalam pengelolaan dana, memberikan laporan yang jelas dan terperinci tentang penggunaan dana zakat, serta memberikan layanan yang responsif dan berkualitas kepada muzakki. Mengkomunikasikan Upaya Perbaikan juga penting untuk Tim Fundraising juga dapat menggunakan temuan penelitian sebagai dasar untuk komunikasi dengan muzakki. Mereka dapat menyampaikan upaya

perbaikan yang telah dilakukan berdasarkan penelitian tersebut, menunjukkan komitmen LAZ dalam meningkatkan profesionalisme dan kualitas layanan, dan dengan demikian, memperkuat kepercayaan muzakki. Dengan memanfaatkan temuan penelitian sebelumnya tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan muzakki, tim Divisi Fundraising dapat meningkatkan efektivitas kampanye penggalangan dana mereka dan memastikan bahwa kepercayaan muzakki terhadap LAZ terjaga dan diperkuat.

Menurut Ashman & Ull (2009), konsep membangun hubungan melibatkan tiga keterampilan mikro penting: sikap hangat, empati, dan kejujuran. Keterampilan ini memiliki peran kunci dalam hubungan yang dibangun oleh pekerja sosial dengan klien, rekan kerja, dan individu lainnya. Dalam konteks Proses kerja tim Divisi Fundraising Lembaga Amil Zakat Nasional DT Peduli pada Kampanye DT Peduli Unggul, konsep membangun hubungan yang melibatkan sikap hangat, empati, dan kejujuran memiliki relevansi yang besar.

1. Sikap Hangat Para anggota tim Fundraising perlu menunjukkan sikap hangat dalam interaksi dengan para donatur dan calon donatur. Sikap yang ramah, *welcoming*, dan bersahabat akan membantu menciptakan iklim yang menyenangkan dalam komunikasi. Misalnya, ketika menyambut tamu dalam acara penggalangan dana, menampilkan senyum dan sikap ramah dapat membuat para donatur merasa diterima dengan baik.
2. Empati Kemampuan untuk memahami dan merasakan perasaan serta pengalaman para donatur adalah keterampilan kunci dalam membangun hubungan yang kuat. Anggota tim Fundraising harus mampu mendengarkan dengan empati, memahami kebutuhan dan keinginan

donatur, serta memberikan dukungan yang sesuai. Misalnya, dengan menunjukkan empati terhadap cerita dan pengalaman donatur, tim dapat membina hubungan yang lebih mendalam dan berarti.

3. Kejujuran Integritas dan kejujuran merupakan aspek penting dalam membangun kepercayaan dengan para donatur. Tim Fundraising harus selalu memberikan informasi yang akurat dan transparan tentang penggunaan dana zakat, proyek-proyek yang didukung, dan dampak yang dicapai. Keterbukaan tentang pengelolaan dana akan membantu membangun kepercayaan jangka panjang dengan donatur.

Dengan fokus pada keterampilan mikro ini, tim Fundraising dapat menciptakan interaksi yang positif dan membangun hubungan yang kuat dengan para donatur. Sikap hangat, empati, dan kejujuran akan membantu meningkatkan efektivitas kampanye penggalangan dana serta memperkuat hubungan antara Lembaga Amil Zakat Nasional DT Peduli dengan para donaturnya. Fokus pada aspek-aspek ini bertujuan untuk menciptakan interaksi yang positif dan membangun hubungan yang kuat dalam konteks pekerjaan sosial.

Tim Divisi *Fundraising* bertanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan strategi penghimpunan zakat yang efektif dalam Konteks kampanye DT Peduli Unggul. Mereka perlu memastikan bahwa kegiatan penghimpunan tidak hanya mencapai target dana, tetapi juga memperkuat citra lembaga, mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, dan memberikan kepuasan pada donatur. Proses kerja tim mungkin melibatkan identifikasi target donatur potensial, penyusunan pesan-pesan yang menarik, pengelolaan acara-acara penggalangan dana, dan komunikasi yang terbuka dengan para donatur. Dengan demikian, tim Fundraising

berperan penting dalam mencapai tujuan kampanye DT Peduli Unggul dengan memastikan bahwa kegiatan penghimpunan zakat tidak hanya efektif secara finansial, tetapi juga mendukung citra dan reputasi lembaga serta memenuhi harapan dan kepercayaan para donatur.

DT peduli memiliki *campaign* DT Peduli unggul dalam aktivitas fundraising. Kampanye DT Peduli Unggul merupakan strategi dalam penggalangan dana yang bertujuan untuk menarik partisipasi masyarakat dalam memberikan zakat melalui DT Peduli. Melalui kampanye ini, DT Peduli berusaha untuk mengedukasi dan memotivasi masyarakat agar berzakat melalui program-program yang dijalankan oleh DT Peduli. Tujuannya adalah untuk memperoleh dana yang lebih besar guna mendukung berbagai kegiatan amal yang dilakukan oleh DT Peduli, serta untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam berbagi rezeki kepada yang membutuhkan. Dengan kampanye ini, diharapkan dapat tercipta dukungan yang lebih luas dan berkelanjutan dari masyarakat bagi misi dan visi DT Peduli dalam membantu mereka yang membutuhkan. Penggalangan dana di DT Peduli dilakukan melalui Divisi Fundraising, yang bertanggung jawab atas strategi-strategi pengumpulan dana. Divisi ini berperan penting dalam mengorganisir dan melaksanakan kegiatan-kegiatan fundraising untuk mengajak masyarakat berzakat melalui program-program yang ditawarkan oleh DT Peduli. Tujuan penelitian untuk menganalisis proses kerja tim Divisi Fundraising DT Peduli mencakup pemahaman terhadap bagaimana divisi ini merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi-strategi penggalangan dana mereka. Analisis ini dapat memberikan wawasan tentang efektivitas dan efisiensi upaya Divisi Fundraising DT Peduli dalam mencapai tujuan organisasi mereka.

METODE PENELITIAN

Deskriptif kualitatif difokuskan pada menjelaskan detail tentang siapa, apa, di mana, dan bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman terjadi. Kemudian, analisis mendalam dilakukan untuk menemukan pola-pola yang muncul dari peristiwa tersebut (Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C., 2016). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada pemahaman mendalam tentang proses kerja tim dan dinamika antarindividu. Penelitian deskriptif adalah jenis studi yang bertujuan untuk mengungkap fakta dengan interpretasi yang akurat. Dalam penelitian ini, peneliti dapat menggunakan berbagai jenis data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk melakukan analisis (Nazir, 2005). Metode pengumpulan data mencakup wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen.

Sampel akan dipilih dari anggota tim Divisi Fundraising yang terlibat langsung dalam kampanye tersebut. Pemilihan dilakukan secara purposif untuk memastikan keragaman dalam pengalaman, peran, dan pandangan. Wawancara mendalam dilakukan dengan anggota tim Divisi Fundraising untuk memahami perspektif dan pengalaman mereka dalam bekerja pada kampanye. Observasi partisipatif dilakukan untuk memperoleh pemahaman langsung tentang dinamika tim dan proses kerja. Analisis dokumen seperti rencana kerja, catatan pertemuan, atau komunikasi tim juga dilakukan untuk mendapatkan konteks tambahan.

Data dari wawancara, observasi, dan dokumen dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dalam proses kerja tim. Pendekatan seperti analisis naratif atau framework analisis kualitatif digunakan pada penelitian ini. Langkah-langkah untuk memastikan kredibilitas dan validitas data seperti triangulasi sumber data dan refleksi peneliti akan dilakukan untuk memastikan

interpretasi yang akurat. Hasil analisis akan diinterpretasikan untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang proses kerja tim Divisi Fundraising dalam kampanye. Temuan akan disajikan secara deskriptif, didukung dengan kutipan dari data. Lokasi penelitian berlangsung di Jln Geger Kalong Girang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Communication

Proses kerja tim di Divisi Fundraising DT Peduli pada campaign DT Peduli Unggul, melibatkan proses komunikasi. Proses komunikasi menjadi kunci penting dalam keseluruhan strategi penggalangan dana. Proses komunikasi melibatkan tiga aspek utama: berbagi, memahami, dan mengklarifikasi.

1. Berbagi

Anggota tim Divisi Fundraising saling berbagi informasi tentang program dan kegiatan yang sedang dijalankan, strategi penggalangan dana yang akan dilaksanakan, serta hasil-hasil yang telah dicapai. Ini termasuk berbagi ide, rencana, dan laporan mengenai proyek-proyek fundraising.

2. Memahami

Setiap anggota tim berusaha untuk memahami tujuan dan strategi keseluruhan kampanye penggalangan dana. Mereka juga berusaha memahami peran dan tanggung jawab masing-masing dalam mencapai tujuan tersebut. Komunikasi yang jelas dan terbuka membantu memastikan bahwa setiap individu dalam divisi memiliki pemahaman yang sama.

3. Mengklarifikasi

Selama proses komunikasi, penting untuk mengklarifikasi setiap informasi yang disampaikan. Hal ini dapat dilakukan dengan bertanya, memberikan umpan balik, dan memastikan bahwa semua anggota tim

memiliki pemahaman yang benar tentang tugas dan tanggung jawab mereka. Selain itu, pengklarifikasian juga membantu menghindari kesalahpahaman yang dapat menghambat kemajuan kampanye.

Proses komunikasi ini terjadi dalam dua arah, memungkinkan anggota tim untuk berkontribusi dengan ide dan umpan balik mereka. Komunikasi tidak hanya terjadi secara lisan, tetapi juga melalui saluran nonverbal dan tertulis seperti surat, email, dan rapat. Hierarki dalam tim tidak boleh menjadi penghalang untuk berbagi informasi dan gagasan, sehingga setiap anggota tim, termasuk staf di berbagai tingkatan, merasa dihargai dan didengar. Dengan demikian, proses komunikasi yang efektif meningkatkan kolaborasi dan kinerja keseluruhan Divisi Fundraising DT Peduli dalam mencapai tujuan kampanye DT Peduli Unggul.

Proses komunikasi internal dalam Divisi Fundraising DT Peduli pada Kampanye DT Peduli Unggul mungkin melibatkan langkah-langkah berikut:

1. Pemahaman Tujuan

Komunikasi internal dimulai dengan pemahaman yang jelas tentang tujuan kampanye dan peran masing-masing anggota tim Fundraising dalam mencapainya. Setiap anggota tim perlu memahami visi, misi, dan strategi kampanye dengan baik.

2. Rapat Tim Reguler

Divisi Fundraising mungkin mengadakan rapat tim secara teratur untuk membahas perkembangan kampanye, target pencapaian, strategi penggalangan dana, dan evaluasi kinerja. Rapat ini adalah kesempatan bagi anggota tim untuk berbagi informasi, memberikan masukan, dan memecahkan masalah bersama.

3. Penggunaan Alat Komunikasi

Tim mungkin menggunakan berbagai alat komunikasi internal seperti surel, aplikasi pesan instan, atau platform kolaborasi online untuk berkomunikasi secara efisien. Melalui alat-alat ini, anggota tim dapat saling berbagi informasi, mengkoordinasikan tugas, dan memberikan update tentang perkembangan kampanye.

4. Delegasi Tugas

Komunikasi internal juga melibatkan delegasi tugas dan tanggung jawab kepada anggota tim sesuai dengan keahlian dan kapasitas masing-masing. Pemimpin tim mungkin secara jelas menyampaikan apa yang diharapkan dari setiap anggota tim dan memberikan panduan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas dengan baik.

5. Open Door Policy

Penting bagi tim Fundraising untuk memiliki kebijakan pintu terbuka, di mana setiap anggota tim merasa nyaman untuk mengajukan pertanyaan, menyampaikan masalah, atau memberikan masukan kepada manajer atau sesama anggota tim. Ini menciptakan lingkungan komunikasi yang terbuka dan transparan.

6. Evaluasi dan Umpan Balik

Komunikasi internal juga melibatkan proses evaluasi kinerja dan pemberian umpan balik kepada anggota tim. Melalui diskusi terbuka tentang kinerja individu dan tim secara keseluruhan, tim dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengembangkan strategi perbaikan.

Melalui proses komunikasi internal yang efektif, Divisi Fundraising DT Peduli dapat meningkatkan koordinasi, kolaborasi, dan kinerja tim dalam mencapai tujuan kampanye DT Peduli Unggul.

Dalam konteks Divisi Fundraising DT Peduli pada Kampanye DT Peduli Unggul, komunikasi ke atas antara staf dan ketua divisi merupakan hal yang penting untuk memastikan kelancaran dan keberhasilan kampanye. Berikut adalah beberapa aspek yang mungkin terjadi dalam komunikasi tersebut:

1. Pelaporan Kemajuan

Staf di Divisi Fundraising mungkin secara teratur melaporkan kemajuan pekerjaan, pencapaian target, dan tantangan yang dihadapi kepada ketua divisi. Laporan ini dapat mencakup informasi tentang jumlah dana yang terkumpul, strategi yang sedang digunakan, serta masalah atau hambatan yang dihadapi dalam proses penggalangan dana.

2. Permintaan Arahan atau Persetujuan Staf mungkin perlu meminta arahan atau persetujuan dari ketua divisi terkait keputusan penting atau langkah strategis dalam kampanye. Hal ini bisa berupa permintaan untuk mengalokasikan sumber daya tambahan, melakukan perubahan pada strategi penggalangan dana, atau menghadapi situasi yang tidak terduga.

3. Pemberian Usulan atau Saran Staf juga dapat menggunakan komunikasi ke atas untuk memberikan usulan atau saran kepada ketua divisi tentang strategi yang dapat meningkatkan efektivitas kampanye. Mereka dapat membagikan ide-ide kreatif atau pemikiran baru yang dapat membantu mencapai target penggalangan dana.

4. Rapat dan Diskusi Ketua divisi mungkin mengadakan rapat atau diskusi secara berkala dengan staf untuk membahas isu-isu terkini, mendengarkan masukan dari staf, dan merencanakan langkah-langkah selanjutnya. Rapat ini menjadi kesempatan bagi staf untuk berbagi

- pengalaman, mendiskusikan solusi, dan merasa didengar oleh pimpinan divisi.
5. Umpan Balik dan Pemecahan Masalah Komunikasi ke atas juga mencakup pemberian umpan balik dari ketua divisi kepada staf tentang kinerja mereka, serta membantu dalam pemecahan masalah yang mungkin muncul selama kampanye. Ketua divisi dapat memberikan arahan atau dukungan yang diperlukan untuk membantu staf mengatasi hambatan yang dihadapi.

Melalui komunikasi yang terbuka, jelas, dan efektif antara staf dan ketua divisi, Divisi Fundraising DT Peduli dapat bekerja secara lebih terkoordinasi dan efisien dalam mencapai tujuan kampanye DT Peduli Unggul.

Dalam konteks Divisi Fundraising DT Peduli pada Kampanye DT Peduli Unggul, proses komunikasi ke bawah antara dewan penasehat dan ketua divisi fundraising sangat penting untuk memastikan keselarasan visi, mendapatkan dukungan, serta memperoleh arahan dan masukan yang diperlukan. Berikut adalah kemungkinan proses komunikasi ke bawah yang mungkin terjadi:

1. Penyampaian Visi dan Arahan Dewan penasehat mungkin menyampaikan visi, tujuan, dan arahan strategis kepada ketua divisi fundraising. Hal ini dapat mencakup arahan terkait target penggalangan dana, strategi yang diharapkan, serta nilai-nilai atau prinsip yang harus ditekankan dalam kampanye.
2. Pemberian Masukan dan Saran Dewan penasehat dapat memberikan masukan, saran, atau pandangan strategis kepada ketua divisi tentang bagaimana meningkatkan efektivitas kampanye penggalangan dana. Masukan ini bisa berupa ide kreatif, pemikiran strategis, atau pengalaman

- yang dapat membantu meningkatkan kinerja divisi fundraising.
3. Memberikan Dukungan Dewan penasehat juga dapat memberikan dukungan moral dan motivasi kepada ketua divisi dan tim fundraising. Hal ini bisa berupa pujian atas pencapaian yang telah diraih, dorongan untuk terus maju menghadapi tantangan, atau jaminan bahwa mereka memiliki dukungan penuh dari dewan penasehat.
4. Rapat atau Pertemuan Komunikasi ke bawah ini mungkin terjadi melalui rapat atau pertemuan antara dewan penasehat dan ketua divisi fundraising. Rapat ini memberikan kesempatan bagi dewan penasehat untuk secara langsung berinteraksi dengan ketua divisi, bertukar gagasan, dan memberikan arahan secara langsung.
5. Umpan Balik dan Evaluasi Dewan penasehat juga dapat memberikan umpan balik dan evaluasi terhadap kinerja divisi fundraising. Hal ini dapat membantu memperbaiki kinerja dan merencanakan langkah-langkah selanjutnya untuk mencapai tujuan kampanye.

Melalui proses komunikasi ke bawah yang terbuka dan berkelanjutan antara dewan penasehat dan ketua divisi fundraising, Divisi Fundraising DT Peduli dapat memperkuat strategi, meningkatkan kinerja, dan mencapai tujuan kampanye DT Peduli Unggul dengan lebih efektif.

Dalam Divisi Fundraising DT Peduli pada Kampanye DT Peduli Unggul, komunikasi horizontal antara staf divisi fundraising adalah esensial untuk meningkatkan koordinasi, kolaborasi, dan kinerja tim. Berikut adalah beberapa langkah yang mungkin terjadi dalam proses komunikasi horizontal antar staf divisi fundraising:

1. Rapat Tim Staf divisi fundraising dapat mengadakan rapat tim secara teratur untuk berbagi informasi, mengkoordinasikan tugas, dan memperbarui perkembangan kampanye. Rapat ini memberikan kesempatan bagi staf untuk berinteraksi langsung, saling bertukar ide, dan menyatukan upaya mereka untuk mencapai tujuan bersama.
2. Grup Diskusi atau Forum Online Selain rapat fisik, staf juga dapat menggunakan grup diskusi atau forum online sebagai platform untuk berkomunikasi secara horizontal. Platform ini memungkinkan staf untuk berbagi informasi, bertukar pengalaman, dan memecahkan masalah secara real-time tanpa terbatas oleh batasan fisik lokasi.
3. Penggunaan Alat Kolaborasi Tim dapat menggunakan berbagai alat kolaborasi seperti aplikasi pesan instan, platform manajemen proyek, atau ruang kerja digital untuk berkomunikasi secara efektif. Alat-alat ini memfasilitasi pertukaran informasi dan kerja sama antar staf, mempercepat aliran kerja, dan meminimalkan hambatan komunikasi.
4. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab Komunikasi horizontal juga terjadi saat staf membagi tugas dan tanggung jawab di antara mereka. Melalui diskusi dan negosiasi, staf dapat menetapkan siapa yang bertanggung jawab atas tugas tertentu, bagaimana tugas akan diselesaikan, dan batas waktu yang ditetapkan.
5. Brainstorming dan Inovasi Komunikasi horizontal memfasilitasi proses brainstorming dan inovasi di antara staf divisi fundraising. Staf dapat secara kolaboratif menghasilkan ide-ide baru, strategi kreatif, atau pendekatan inovatif untuk meningkatkan

efektivitas kampanye dan mencapai target penggalangan dana.

Melalui proses komunikasi horizontal yang terbuka, kolaboratif, dan efektif, staf divisi fundraising dapat bekerja secara lebih terkoordinasi dan efisien dalam mencapai tujuan kampanye DT Peduli Unggul.

Compromise

Proses kompromi dalam Divisi Fundraising pada campaign DT Peduli Unggul melibatkan beberapa langkah dan prinsip untuk mencapai solusi yang memuaskan bagi semua pihak terlibat. Berikut adalah bagaimana proses kompromi dapat berlangsung dalam divisi tersebut:

1. Penerimaan Perbedaan

Anggota divisi harus menerima bahwa perbedaan pendapat atau preferensi mungkin muncul dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye. Setiap orang memiliki perspektif yang berbeda, dan itu wajar dalam kerja tim.

2. Diskusi Terbuka

Diskusi terbuka dan transparan penting untuk memahami berbagai sudut pandang dan kebutuhan yang ada. Anggota tim harus merasa nyaman untuk menyampaikan ide, kekhawatiran, dan pandangan mereka secara jujur dan terbuka.

3. Mencari Kesamaan

Meskipun ada perbedaan, upaya harus dilakukan untuk menemukan titik-titik kesamaan di antara berbagai pandangan. Identifikasi nilai-nilai atau tujuan bersama yang dapat menjadi dasar bagi kesepakatan.

4. Fleksibilitas dan Keterbukaan

Anggota divisi bersedia untuk menjadi fleksibel dan terbuka terhadap ide-ide baru atau pendekatan alternatif. Ini memungkinkan untuk eksplorasi solusi yang berbeda dan kreativitas dalam mencapai kompromi.

5. Respek dan Empati

Penting untuk menghormati pandangan dan kebutuhan setiap anggota tim.

Memahami perspektif dan kepentingan mereka secara empatik dapat membantu mencapai kesepakatan yang lebih baik.

6. Pendekatan Kolaboratif

Proses kompromi harus dijalankan secara kolaboratif, di mana semua anggota tim berkontribusi pada pembentukan solusi. Ini memastikan bahwa keputusan yang diambil merupakan hasil dari upaya bersama.

7. Penerimaan atau Negosiasi

Jika kesepakatan tidak dapat dicapai, anggota divisi harus bersedia untuk menerima hasil kompromi atau bersedia untuk bernegosiasi lebih lanjut. Ini membutuhkan sikap yang terbuka untuk memperoleh solusi yang paling memuaskan bagi semua pihak.

Melalui proses kompromi yang terbuka, kolaboratif, dan empatik, Divisi Fundraising pada campaign DT Peduli Unggul dapat mencapai solusi yang memadai dan mendukung untuk mencapai tujuan kampanye dengan efektif.

Cooperation

Kerja sama di divisi fundraising pada kampanye DT Peduli Unggul merupakan proses kunci dalam mencapai tujuan penggalangan dana yang sukses. Ini melibatkan semua anggota tim, mulai dari staf lapangan hingga kepala departemen. Kerja sama dalam tim ini memungkinkan anggota untuk saling mendukung dan berkontribusi pada pencapaian tujuan bersama. Tanpa kerja sama yang kuat, efektivitas tim dan keseluruhan kampanye dapat terganggu.

Konteks manajemen partisipatif, yang menjadi pendekatan administratif utama dalam divisi ini, kerja sama dianggap sebagai elemen kunci. Anggota tim diharapkan tidak hanya menyelesaikan tugas mereka dengan efisien dan efektif, tetapi juga berkontribusi secara signifikan terhadap keseluruhan pencapaian tujuan dan misi kampanye. Ini memerlukan pemahaman yang kuat tentang

kebijakan dan tujuan kampanye serta komitmen untuk bekerja sama guna mencapainya.

Tantangan utama bagi anggota tim adalah berkolaborasi dengan rekan-rekan mereka dan para administrator dalam mengoordinasikan semua aktivitas terkait kampanye. Ketika semua anggota tim mendukung, kreatif, dan berdedikasi terhadap peran dan tujuan kampanye, hasilnya cenderung positif. Namun, jika terjadi kurangnya kerja sama, persaingan yang tidak sehat, atau ketidakpedulian terhadap kontribusi orang lain, maka efektivitas kampanye dapat terpengaruh negatif.

Kerja sama di divisi fundraising membutuhkan komitmen waktu dan energi dari setiap anggota tim. Terkadang, ini juga melibatkan fleksibilitas untuk menyesuaikan jadwal dan koordinasi dengan anggota tim lainnya. Penting bagi semua anggota tim untuk menghindari persaingan yang tidak produktif dan fokus pada tujuan bersama untuk mencapai kesuksesan kampanye.

Di internal Divisi Fundraising DT Peduli, proses kerjasama (cooperation) terjadi melalui langkah-langkah berikut:

1. Penetapan Tujuan Bersama
Kerjasama dimulai dengan penetapan tujuan bersama oleh seluruh anggota tim Fundraising. Tujuan tersebut harus jelas, terukur, dan dapat dicapai secara bersama-sama. Setiap anggota tim harus memahami pentingnya kontribusi mereka dalam mencapai tujuan tersebut.

2. Pembagian Tugas
Setelah tujuan ditetapkan, tugas-tugas yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut dibagi di antara anggota tim. Pembagian tugas harus dilakukan dengan memperhatikan keahlian, keterampilan, dan minat masing-masing anggota tim agar dapat memaksimalkan kontribusi mereka.

3. Kolaborasi dalam Penggalangan Dana Kerjasama terjadi saat anggota tim Fundraising bekerja sama dalam melakukan kegiatan penggalangan dana. Mereka dapat bekerja dalam tim untuk merancang strategi penggalangan dana, mengatur acara penggalangan dana, atau mengembangkan materi promosi untuk kampanye.

4. Komunikasi Terbuka Komunikasi yang terbuka dan transparan merupakan kunci dalam memfasilitasi kerjasama di dalam divisi. Anggota tim harus merasa nyaman untuk berbagi informasi, meminta bantuan, dan memberikan umpan balik kepada sesama anggota tim.

5. Dukungan dan Kolaborasi Antar Tim Selain bekerja sama di dalam divisi, kerjasama juga terjadi antara Divisi Fundraising dengan divisi lain dalam organisasi DT Peduli. Misalnya, kolaborasi dengan tim pemasaran untuk mengembangkan materi promosi atau dengan tim teknologi informasi untuk mengelola platform penggalangan dana online.

6. Evaluasi dan Pembelajaran Setelah kampanye selesai, tim melakukan evaluasi bersama untuk mengevaluasi kinerja mereka, mengidentifikasi apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki, serta belajar dari pengalaman tersebut untuk kampanye mendatang.

Melalui proses kerjasama yang terstruktur dan kolaboratif di internal Divisi Fundraising DT Peduli, anggota tim dapat bekerja bersama-sama dengan efektif untuk mencapai tujuan kampanye penggalangan dana DT Peduli Unggul.

Coordination

Koordinasi dalam divisi fundraising pada kampanye DT Peduli Unggul merupakan aspek penting dalam memastikan efisiensi dan efektivitas dalam mencapai

tujuan kampanye. Ini melibatkan partisipasi aktif semua anggota staf di berbagai tingkatan divisi. Dalam proses ini, berbagai bagian dan individu yang terlibat saling terkait untuk menjaga agar organisasi beroperasi dengan lancar. Untuk mencapai koordinasi yang efektif, organisasi harus memiliki struktur yang jelas, dengan peran dan tanggung jawab yang ditetapkan dengan baik. Setiap anggota staf memiliki peran dan tanggung jawab yang spesifik, tetapi mereka bekerja bersama sebagai satu kesatuan untuk mencapai tujuan bersama. Struktur organisasi yang baik memastikan bahwa setiap unit kerja memiliki jumlah anggota yang sesuai, sehingga pengawasan dan koordinasi dapat dilakukan dengan efisien.

Divisi fundraising DT Peduli memiliki struktur organisasi yang mencakup eksekutif, kepala divisi dan staf lainnya. Setiap anggota staf memahami garis otoritas dan tanggung jawab mereka, dan mereka berinteraksi dengan sesama staf dengan menghormati struktur organisasi yang ada. Ketika setiap anggota staf berada dalam jalur yang ditentukan dan bekerja sesuai peran mereka, maka organisasi dapat berjalan dengan lancar dan efektif.

Koordinasi juga melibatkan komunikasi yang efektif antara semua anggota staf dan unit kerja. Ini memastikan bahwa informasi dan arahan dapat disampaikan dengan jelas dan tepat waktu, sehingga setiap orang dapat bekerja sesuai dengan tujuan bersama. Dengan demikian, koordinasi membantu memastikan bahwa kekuatan organisasi ditonjolkan dan potensi gesekan dan kesulitan diminimalkan.

Dalam Divisi Fundraising DT Peduli, proses koordinasi dimaksudkan untuk memastikan bahwa setiap anggota tim bekerja bersama secara sinergis menuju tujuan bersama dalam kampanye DT Peduli Unggul. Berikut adalah beberapa langkah yang mungkin dilakukan dalam proses

koordinasi internal divisi fundraising untuk mencapai keberhasilan kampanye:

2. **Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab**
Setelah tujuan ditetapkan, tugas-tugas dan tanggung jawab dibagi di antara anggota tim berdasarkan keahlian, minat, dan kapasitas mereka. Koordinasi melibatkan pemastian bahwa setiap anggota tim memahami peran dan tanggung jawab mereka serta bagaimana kontribusi mereka berkontribusi pada keseluruhan kampanye.
3. **Komunikasi yang Efektif**
Komunikasi yang terbuka, jelas, dan teratur sangat penting dalam proses koordinasi. Anggota tim harus secara teratur berbagi informasi, memperbarui perkembangan proyek, dan saling memberikan umpan balik. Platform komunikasi yang efektif seperti rapat rutin, surel, atau aplikasi pesan instan dapat digunakan untuk memfasilitasi komunikasi yang lancar.
4. **Sinkronisasi Jadwal dan Rencana**
Koordinasi juga melibatkan sinkronisasi jadwal dan rencana kerja antara anggota tim. Hal ini membantu memastikan bahwa semua kegiatan dilakukan secara teratur, tidak ada tumpang tindih, dan setiap anggota tim siap untuk bertindak sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.
5. **Kolaborasi dalam Pengambilan Keputusan**
Keputusan yang penting untuk kampanye seringkali melibatkan kolaborasi dan konsensus di antara anggota tim. Proses koordinasi mencakup diskusi terbuka, evaluasi bersama, dan pembuatan keputusan yang didukung oleh seluruh anggota tim.
6. **Evaluasi dan Pembelajaran**
Selama dan setelah kampanye, proses koordinasi juga melibatkan evaluasi bersama untuk mengevaluasi kinerja

tim, mengidentifikasi pelajaran yang dipetik, dan merencanakan perbaikan di masa depan. Ini membantu tim untuk terus belajar dan berkembang untuk kampanye yang lebih sukses di masa mendatang.

Melalui proses koordinasi yang efektif dan terkoordinasi dengan baik di dalam Divisi Fundraising DT Peduli, anggota tim dapat bekerja bersama-sama secara efisien dan efektif untuk mencapai keberhasilan kampanye DT Peduli Unggul.

Consummation

Divisi fundraising pada kampanye DT Peduli Unggul, kerja sama tim tidak hanya berarti memulai kegiatan bersama, tetapi juga menyelesaikannya dengan baik. Keberhasilan program atau kegiatan sering kali bergantung pada kemampuan tim untuk menyelesaikan tugas secara tepat waktu dan efisien. Oleh karena itu, membawa setiap kegiatan atau layanan ke tahap penyelesaian atau kesimpulan merupakan bagian penting dari proses kerja sama tim.

Proses ini melibatkan langkah-langkah konkret untuk menyelesaikan semua tugas dan proyek yang telah dimulai. Ini termasuk menetapkan tenggat waktu yang realistis, mengidentifikasi tanggung jawab masing-masing anggota tim, dan melakukan langkah-langkah konkret untuk menyelesaikan tugas sesuai dengan jadwal yang ditetapkan. Dalam konteks divisi fundraising, hal ini bisa berarti menyelesaikan kampanye dengan menetapkan target penggalangan dana dan menindaklanjuti dengan upaya pengumpulan dana secara efektif dan tepat waktu.

Kesimpulan dari setiap kegiatan atau layanan juga penting untuk mengevaluasi hasil dan memastikan bahwa tujuan awal telah tercapai. Ini memungkinkan tim untuk belajar dari pengalaman mereka dan membuat perbaikan di masa mendatang. Dengan demikian, dalam divisi fundraising,

proses ini melibatkan meninjau kembali hasil kampanye, menganalisis pencapaian target, dan mengidentifikasi area di mana perbaikan dapat dilakukan untuk kampanye berikutnya. Kesimpulan dari setiap kegiatan atau layanan adalah langkah penting dalam memastikan keberhasilan kampanye dan memastikan bahwa semua upaya tim tidak sia-sia.

Dalam Divisi Fundraising DT Peduli, proses konsumsi mengacu pada penggunaan sumber daya, baik manusia maupun teknologi, dengan efisien dan efektif untuk mencapai tujuan kampanye DT Peduli Unggul. Berikut adalah beberapa langkah yang mungkin terjadi dalam proses konsumsi internal divisi fundraising untuk mencapai keberhasilan kampanye:

1. Penggunaan Sumber Daya Manusia Anggota tim Fundraising digunakan dengan cara yang efisien dan efektif sesuai dengan keahlian, pengalaman, dan kapasitas masing-masing. Setiap anggota tim diberikan tugas dan tanggung jawab yang sesuai dengan kemampuan mereka, sehingga sumber daya manusia digunakan secara optimal.
2. Penggunaan Teknologi Divisi Fundraising memanfaatkan teknologi informasi dan platform digital untuk mendukung kegiatan penggalangan dana. Hal ini bisa termasuk penggunaan aplikasi penggalangan dana online, platform manajemen proyek, atau sistem pelacakan donasi untuk memudahkan proses pengumpulan dan pengelolaan dana.
3. Penyediaan Pelatihan dan Pengembangan Tim Fundraising mungkin menyediakan pelatihan dan pengembangan kepada anggota tim untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam melakukan kegiatan penggalangan dana. Hal ini dapat membantu meningkatkan

efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya manusia.

4. Manajemen Waktu Penggunaan waktu yang efisien adalah bagian penting dari proses konsumsi. Tim Fundraising memastikan bahwa waktu anggota tim digunakan secara produktif dengan merencanakan jadwal yang terstruktur, mengidentifikasi prioritas, dan menghindari pemborosan waktu pada kegiatan yang kurang bernilai tambah.
5. Evaluasi dan Peningkatan Selama dan setelah kampanye, tim melakukan evaluasi terhadap penggunaan sumber daya manusia dan teknologi. Mereka mengidentifikasi apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki, serta merencanakan perbaikan di masa depan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi konsumsi sumber daya.

Melalui proses konsumsi yang efisien dan efektif di dalam Divisi Fundraising DT Peduli, sumber daya manusia dan teknologi digunakan secara optimal untuk mendukung pencapaian tujuan kampanye DT Peduli Unggul. Ini membantu memastikan bahwa tim bekerja secara produktif dan berhasil dalam mencapai target penggalangan dana yang ditetapkan.

KESIMPULAN

Proses kerja tim Divisi Fundraising memiliki peran yang sangat penting dalam menyukseskan kampanye DT Peduli Unggul. Melalui kolaborasi yang solid dan koordinasi yang baik, tim berhasil mengumpulkan dana zakat secara efektif, membangun jejaring dengan donatur potensial, serta meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga.

Proses kerja tim ini melibatkan berbagai tahapan, mulai dari komunikasi, kompromi, kooperasi, koordinasi dan konsumsi. Dalam setiap tahapannya, kerja sama tim, komunikasi yang efektif, dan

pengelolaan sumber daya secara bijaksana menjadi kunci keberhasilan. Selain itu, keterlibatan aktif dari seluruh anggota tim, termasuk pemimpin Divisi Fundraising, turut berperan dalam memotivasi dan memastikan tujuan kampanye tercapai. Dalam konteks kampanye DT Peduli Unggul, Divisi Fundraising berhasil mengoptimalkan potensi sumber daya yang ada, baik dari internal maupun eksternal lembaga. Ini menunjukkan pentingnya peran Divisi Fundraising sebagai salah satu ujung tombak dalam menjalankan misi dan visi lembaga dalam memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Peran Divisi Fundraising dalam mencapai kesuksesan kampanye DT Peduli Unggul sangat penting. Melalui kolaborasi yang solid, komitmen, dan kerja keras tim, Divisi Fundraising membuktikan diri sebagai motor penggerak yang memperkuat keberlanjutan dan pertumbuhan lembaga dalam mewujudkan program-program berkelanjutan yang bermanfaat bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Skidmore, R. A. (1990). *Social Work Administration*. Prentice Hall Englewood.
- Anwar, A. Z., Rohmawati, E., & Arifin, M. (2019). Strategi fundraising zakat profesi pada organisasi pengelola zakat (OPZ) di Kabupaten Jepara. *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAE)*, 2, 119–126.
- Baribin, D. P., & Abdul Rozaq. (2020). Pengaruh Kerja Tim Dan Pengembangan Karier Terhadap Pengembangan Diri Dan Keterlibatan Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 253–266. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.1903>
- Dhinantia, A. A., & Meilany, L. (2023). Komunikasi Organisasi Pelayanan Sosial Dalam Administrasi Pekerjaan Sosial (Studi Kasus Tim Partnership Dan Marketing Indonesia Mengajar). *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 6(1), 46. <https://doi.org/10.24198/focus.v6i1.39468>
- Gunawan, K. (2018). Pelayanan Lembaga Zakat Untuk Meningkatkan Kepuasan Muzakki. *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 4(2), 297. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i2.3047>
- Hakim, R. (2020). Studi Komparatif Kriteria Amil Zakat , Hak dan Kewajibannya. *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 7(1), 2.
- Harfiah Ningrum, G., Dwi Firnanda, R., Purnamasari, W., & Huda, B. (2021). Optimalisasi Peluang Media Digital: Strategi Meningkatkan Fundraising Zakat di Lembaga Taman Zakat Indonesia. *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 3(1), 45–62. <https://doi.org/10.15642/mzw.2021.3.145-62>
- Ilmiah, J., & Islam, E. (2022). *Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat : Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat*. 8(01), 67–79. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4346>
- Irawan, F. (2022). STRATEGI FUNDRAISING DANA ZAKAT LEMBAGA AMIL ZAKAT. *STAI Nahdahatul Ulama*, 1–11.
- Lestari, R. B., Nulhaqim, S. A., & Irfan, M. (2019). Teamwork Pengembangan Kemitraan (Studi Kasus Kelompok Kerja Pengembangan Kemitraan Dalam Penanggulangan Kemiskinan Di Kota Bogor). *Indonesian Journal of Social Science Education (IJSSE)*, 1(2), 191. <https://doi.org/10.29300/ijssse.v1i2.1952>
- Nurmalasari, Y., & Erdiantoro, R. (2020). Perencanaan Dan Keputusan Karier: Konsep Krusial Dalam Layanan BK

- Karier. *Quanta*, 4(1), 44–51.
<https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Pratama, D. M., Nulhaqim, S. A., & Kamil Basar, G. G. (2022). Sistem Informasi Manajemen Dan Pemanfaatannya Pada Organisasi Pelayanan Kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap Kabupaten Bandung Barat. *Share: Social Work Journal*, 12(1), 23.
<https://doi.org/10.24198/share.v12i1.34699>
- Putri, R. A. (2022). Proses Kerja Tim Divisi Health Care Dalam Pelayanan Kesehatan Di Tevis Foundation. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 11(2).
<https://doi.org/10.15408/empati.v11i2.25123>
- Rabbani, H., & Romansyah, D. (2020). Analisis Dampak UU No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat Terhadap Eksistensi Dan Keberlangsungan Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Pkpu). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(2), 117–146.
<https://doi.org/10.46899/jeps.v2i2.150>
- Rico, R. P., Si, Nchez-Manzanares, M., Gil, F., Alcover, C. M., & Tabernero, C. (2011). Coordination process in work teams. *Papeles Del Psicologo*, 32(1).
- Rizki Rahmalia, M., & Sari Viciawati, M. (2020). Membangun Hubungan Pada Proses Fundraising Di Lembaga Amil Zakat. *Sosio Informa*, 6(1).
<https://doi.org/10.33007/inf.v6i1.1970>
- Tri, . W. (2017). Pengaruh Komunikasi Asertif Terhadap Pengelolaan Konflik. *Widya Cipta*, 9 (1)(1), 1–7.
- Wardhani, M. K. (2021). *STRATEGI FUNDRAISING ZAKAT DI LEMBAGA RUMAH PEMBERDAYAAN UMMAT (RPU)*. 2(2), 127–135.
- Yildiz, H. E., Murtic, A., & Zander, U. (2024). Re-conceptualizing absorptive capacity: The importance of teams as a meso-level context. *Technological Forecasting and Social Change*, 199(October 2022), 123039.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123039>