

EFEKTIVITAS *FOUDRISING* BAGI PEMBERDAYAAN PENDIDIKAN

Fawziah Tansyah Siregar

Guru Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendikia Tapanuli Selatan

Email: Fawziyahtansyahs@yahoo.com

Abstrak: Sumber dana pendidikan adalah semua pihak-pihak yang memberikan bantuan subsidi dan sumbangan yang diterima oleh lembaga sekolah, baik dari lembaga sumber resmi ataupun dari masyarakat sendiri secara teratur. Contoh dari sumber dana atau biaya yang berasal dari lembaga resmi adalah sumbangan dari pemerintah pusat Anggaran (APBN), pemerintah daerah (APBD), selanjutnya ada dari wali murid berupa Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP), dan dari masyarakat (Jariyah). Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kualitatif dengan metode studi pustaka. Pendekatan ini dipilih dengan mempertimbangkan aspek kedalaman analisis. Tujuan dipilihnya pendekatan ini adalah karena agar mendapatkan hasil yang sangat detail.

Kata kunci: *Foundrising, Foundrising Pendidikan, Pemberdayaan Pendidikan*

PENDAHULUAN

Sumber lain mengatakan bahwa sumber dana atau biaya pendidikan adalah keseluruhan biaya yang berasal dari masyarakat, orang tua, dan pemerintah. *fundraising* merupakan kegiatan menghimpun, baik dana maupun bentuk lainnya, dari individu atau lembaga, dengan beragam cara, untuk kemudian disalurkan kembali kepada yang berhak menerimanya. Untuk melaksanakan kegiatan penghimpunan secara maksimal, sebuah lembaga perlu membangun kepercayaan (*trust*) yang kuat, pengelolaan dana yang profesional dan juga program pendayagunaan yang unggul, yang dampaknya terasa signifikan oleh masyarakat.

Fundraising (penggalangan dana) bisa dilaksanakan karena adanya keinginan untuk memenuhi kebutuhan lembaga atau organisasi, dana yang diinginkan lembaga dan organisasi tersebut dapat diperoleh melalui banyak cara, seperti: bazar, expo hasil karya siswa, jasa, usaha mikro, lembaga social seperti panti asuhan, panti jompo, LSM, lembaga Amil Zakat seperti BAZNAS, BASDA, LAZISMuh, Dompot Dhu'afa, Baitul Maal Muamalat.

Lembaga pendidikan dan organisasi kemasyarakatan melakukan fundraising harus memahami strategi dan metode penggalangan dana agar dapat dilaksanakan dengan maksimal dan mengetahui dana yang diperoleh tersebut akan disalurkan untuk masyarakat membutuhkan, baik untuk pendidikan, UKM, maupun untuk kesejahteraan masyarakat pada umumnya. Hampir semua lembaga sosial dan kemasyarakatan menghimpun dana untuk kepentingan pendidikan, tetapi ada juga yang untuk usaha mikro dan bantuan bencana alam seperti ACT (Aksi Cepat Tanggap). Banyak juga kita jumpai di masyarakat lembaga yang melakukan penggalangan dana dengan cara premitif (tradisional) misal dengan membawa map atau meminta-minta sehingga tidak bertahan lama, ini disebabkan karena tidak memiliki keahlian dalam fundraising.

LANDASAN TEORI

Pengertian Fundraising

Fundraising dalam bahasa Inggris disebut penghimpunan atau penggalangan dana. Dan orang yang mengumpulkan dana disebut fundraiser (Peter Salim, 2000: 607). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, penggalangan memiliki makna proses, cara pembuatan mengumpulkan, penghimpunan dan pengarahan (Departemen Pendidikan Nasional, 2002: 612). fundraising adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi (April Purwanto, 2009: 12).

Dalam bukunya April Purwanto disebutkan bahwasanya kata mempengaruhi memiliki banyak arti. Pertama mempengaruhi bisa diartikan memberitahukan kepada masyarakat tentang seluk beluk keberadaan organisasi nirlaba/OPZ (Organisasi Pengelola Zakat) karena organisasi pengelola zakat bekerja atas dasar ibadah dan sosial, tidak fokus pada perolehan laba dan keuntungan, maka OPZ menjadi bagian dari organisasi nirlaba. Kedua, mempengaruhi dapat juga bermakna mengingatkan dan menyadarkan. Artinya mengingatkan kepada para donatur dan calon donatur untuk sadar bahwa dalam harta yang dimilikinya ada sebagian hak fakir miskin yang harus ditunaikannya.

Ketiga, Mempengaruhi dalam arti mendorong masyarakat, lembaga dan individu untuk menyerahkan sumbangan dana baik berupa zakat, infak, shadaqah dan lain-lain kepada organisasi nirlaba. Keempat, mempengaruhi untuk membujuk para donatur dan muzakky untuk

bertransaksi. Kelima, dalam mengartikan fundraising sebagai proses mempengaruhi masyarakat, mempengaruhi juga dapat diterjemahkan sebagai merayu, memberikan gambaran ten-tang bagaimana proses kerja, program dan kegiatan sehingga menyentuh dasar-dasar nurani seseorang. Keenam, mempengaruhi dalam pengertian fundraising dimaksudkan untuk memaksa jika diperkenanka

Fundraising bisa juga diartikan sebagai kerangka konsep tentang suatu kegiatan dalam rangka penggalangan dana dan daya lainnya dari masyarakat yang akan digunakan untuk membiayai program kegiatan operasional lembaga sehingga mencapai tujuan. Fundraising tidak hanya dipahami dalam konteks mengumpulkan dana saja sebagaimana makna bahasanya. Hal ini dapat dimengerti karena bentuk kedermawanan dan kepedulian masyarakat tidak harus dalam bentuk dana saja, sehingga sangat dimungkinkan fundraising berupa sumbe-rsumber daya lain selain dana segar (Miftahul Huda, 2012: 27). Dari beberapa penjelasan diatas fundraising adalah pokok dari kegiatan sebuah perusahaan atau lembaga, terutama lembaga nirlaba yang menggantungkan dananya lebih banyak di perolehan fundraisingnya. Oleh karena itu perlu adanya strategi yang baik dalam melaksanakan kegiatan fundraising ini demi keberlangsungan kehidupan lembaga. Namun apabiila kegiatan fundraising ini tanpa strategi maka kegiatan tersebut belum tentu maksimal hasilnya.

Tujuan Fundraising

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh manusia, beberapa orang maupun sekelompok orang memiliki tujuan-tujuan tertntu. Adapun tujuan dari fundraising adalah sebagai berikut:

- 1) Menghimpun dana. Menghimpun dana adalah tujuan fundraising yang paling dasar. Termasuk dalam pengertian dana adalah barang atau jasa yang memiliki nilai material. Tujuan inilah yang paling pertama dan utama. Inilah sebab awal mengapa fundraising itu dilakukan. Bahkan kita bisa mengatakan bahwa fundraising yang tidak menghasilkan dana adalah fundraising yang gagal, meskipun memiliki bentuk keberhasilan lainnya. Karena pada akhirnya apabila fundraising tidak menghasilkan dana maka tidak ada sumber daya dihasilkan. Apabila sumber daya sudah tidak ada, maka lembaga akan kehilangan kemampuan untuk terus menjaga kelangsungannya, sehingga pada akhirnya akan mati.

- 2) Menghimpun donator. Tujuan kedua fundraising adalah menghimpun donatur. Lembaga yang melakukan fundraising harus terus menambah jumlah donaturnya. Untuk dapat menambah jumlah donasi, maka ada dua cara yang dapat ditempuh, yaitu menambah donasi dari setiap donatur atau menambah jumlah donatur pada saat setiap donatur mendonasikan dana yang tetap sama. Di antara kedua pilihan tersebut, maka menambah donatur adalah cara yang relatif lebih mudah dari pada menaikkan jumlah donasi dari setiap donatur. Dengan alasan ini maka mau tidak mau fundraising dari waktu ke waktu juga harus berorientasi untuk terus menambah jumlah donatur.
- 3) Menghimpun simpatisan dan pendukung Kadang-kadang ada seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktivitas fundraising, mereka kemudian terkesan, menilai positif dan bersimpati. Akan tetapi pada saat itu mereka tidak memiliki kemampuan untuk memberikan sesuatu (misal: dana) sebagai donasi karena ketidak mampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok seperti ini akan berusaha mendukung lembaga dan umumnya secara natural bersedia menjadi promotor atau informan positif tentang lembaga kepada orang lain. Kelompok seperti ini juga diperlukan oleh lembaga sebagai pemberi kabar informal kepada setiap orang yang memerlukan. Dengan adanya kelompok simpatisan dan pendukung ini, maka kita memiliki jaringan informasi informal yang sangat menguntungkan.
- 4) Membangun citra Lembaga. Disadari atau tidak, aktivitas fundraising yang dilakukan oleh sebuah lembaga, baik langsung maupun tidak langsung akan membentuk citra lembaga. Fundraising adalah garda terdepan yang menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi ini akan membentuk citra lembaga dalam benak khalayak. Citra ini bisa bersifat positif, bisa pula bersifat negatif. Dengan citra ini setiap orang akan mempersepsi lembaga, dan ujungnya adalah bersikap atau menunjukkan perilaku terhadap lembaga. Jika citra lembaga positif, maka mereka akan mendukung, bersimpati dan akhirnya memberikan donasi. Sebaliknya kalau citranya negatif, maka mereka akan menghindari, antipati dan mencegah orang untuk melakukan donasi.

- 5) Memuaskan donator. Tujuan kelima dari fundraising adalah memuaskan donatur. Tujuan ini adalah tujuan yang tertinggi. Tujuan memuaskan donatur adalah tujuan yang bernilai jangka panjang, meskipun kegiatannya secara teknis dilakukan sehari-hari. Mengapa memuaskan donatur itu penting? Karena jika donatur puas, maka mereka akan mengulang lagi mendonasikan dananya kepada sebuah lembaga. Juga apabila puasmereka akan menceritakan lembaga kepada orang lain secara positif. Secara tidak langsung, donatur yang puas akan menjadi tenaga fundraiser alami (tidak diminta, tidak dilantik dan tidak dibayar). Kebalikannya kalau donatur tidak puas, maka ia akan menghentikan donasi (tidak mengulang lagi) dan menceritakan kepada orang lain tentang lembaga secara negatif. Karena fungsi pekerjaan kegiatan fundraising adalah lebih banyak berinteraksi dengan donatur, maka secara otomatis kegiatan fundraising juga harus bertujuan untuk memuaskan donator (Yessi Rachman dkk., tt: 366).

Unsur Fundraising

Adapun unsur-unsur dari fundraising adalah sebagai analisis kebutuhan, ada beberapa analisis kebutuhan bisa berupa tentang:

- (a) Kesesuaian dengan syari'ah Donatur adalah orang yang memberikan sebagian dananya untuk membiayai sejumlah program dan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi pengelola zakat. Zakat merupakan bagian dari salah satu rukun Islam yang juga merupakan bentuk peribadatan kepada Allah yang memiliki dampak sosial yang luar biasa. Karena zakat adalah bentuk ibadah maka harus sesuai dengan tuntunan yang pernah pernah diajarkan oleh rasulullah Muhammad saw (Atik Abidah, 2016: 172).
- (b) Laporan dan pertanggung jawaban, sesuatu yang dibutuhkan donator selain kesesuaian dengan prinsipprinsip syariah ketika ia menyampaikan dana ZIS kepada sebuah OPZ, adalah laporan dan pertanggungjawaban. Kredibilitas OPZ bisa runyam apabila para donatur dan muzakky sudah tidak ada kepercayaan lagi kepada OPZ.
- (c) Manfaat bagi kesejahteraan umat, kebutuhan donatur yang lain selain kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah dan memberikan laporan pertanggungjawaban tepat waktu adalah sejauh mana manfaat dana ZIS yang diberikan donatur dan muzakky bagi kaum dhuafa.

- (d) Pelayanan yang berkualitas Salah satu kekuatan yang mendorong para donatur dan muzakky mau mengeluarkan dana ZIS untuk mendanai program dan kegiatan pengelola zakat adalah pelayanan yang baik yang diberikan OPZ kepada para donatur dan muzakky.
- (e) Silaturahmi dan komunikasi, silaturahmi dan komunikasi kepada para donatur dan muzakky penting bagi OPZ untuk meningkatkan pendapatan dana ZIS. Dengan silaturahmi dan komunikasi OPZ dapat memberikan penjelasan panjang lebar terhadap donatur dan muzakky tentang program dan kegiatan yang akan dan sudah dilakukannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kualitatif dengan metode studi pustaka. Pendekatan ini dipilih dengan mempertimbangkan aspek kedalaman analisis. Tujuan dipilihnya pendekatan ini adalah karena agar mendapatkan hasil yang sangat detail. Hasil yang diperoleh akan dideskriptifkan serta dilakukan analisis untuk menemukan hal-hal yang baru sesuai dengan permasalahan di dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Metode dan Strategi Fundraising

Dalam melaksanakan kegiatan fundraising, banyak metode dan teknik yang dapat dilakukan. Adapun yang dimaksud metode disini adalah suatu bentuk kegiatan yang khas yang dilakukan oleh sebuah organisasi dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. Metode ini pada dasarnya dapat dibagi kepada dua jenis, yaitu :langsung (direct fundraising) dan tidak langsung (indirect).

- (a) Metode Fundraising Langsung (Direct Fundraising) Yang dimaksud dengan metode ini adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi donator secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk fundraising dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bisa seketika (langsung) dilakukan. Direct fundraising adalah strategi yang dilakukan oleh lembaga dengan cara berinteraksi langsung dengan masyarakat, khususnya yang berpotensi menyumbangkan dananya. Strategi direct fundraising ini dilakukan dengan tujuan bisa mewujudkan donasi masyarakat atau langsung setelah terjadinya proses interaksi tersebut. Teknik yang dapat dilakukan antara lain : a) Direct Mail; b)

Telefundraising; c) Pertemuan Langsung; d) Kerjasama Program ; e) Fundraising Event. Dengan metode ini apabila dalam diri donator muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari fundraiser lembaga, maka segera dapat melakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi sudah tersedia. Sebagai contoh dari metode ini adalah: Direct Mail, Direct Advertising, Telefundraising dan presentasi langsung (Hendra Sutisna, 2006: 11).

- (b) Metode Fundraising Tidak Langsung (Indirect fundraising) Metode ini adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donator secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk fundraising dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi donasi pada saat itu. Sebagai contoh dari metode ini adalah: advertorial, image compaign dan penyelenggaraan Event, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi, dan mediasi para tokoh. Pada umumnya sebuah lembaga melakukan kedua metode fundraising ini (langsung atau tidak langsung). Karena keduanya memiliki kelebihan dan tujuannya sendiri-sendiri. Metode fundraising langsung diperlukan karena tanpa metode langsung, muzakki akan kesulitan untuk mendonasikan dananya. Sedangkan jika semua bentuk fundraising dilakukan secara langsung, maka tampak akan menjadi kaku, terbatas daya tembus lingkungan calon donator dan berpotensi menciptakan kejenuhan. Kedua metode tersebut dapat digunakan secara fleksibel dan semua lembaga harus pandai mengkombinasikan kedua metode tersebut. Dari kedua metode tersebut yang paling sering digunakan yakni metode langsung. Karena dengan menggunakan metode langsung calon donator akan timbul rasa kepercayaan untuk menyumbangkan dana-dananya untuk dikelola dalam lembaga tersebut khususnya dalam lembaga Fundraising misal dana ZIS, karena dengan menggunakan metode langsung masyarakat atau calon donator akan lebih yakin dengan adanya suatu lembaga Fundraising tersebut.

Dalam menghimpun suatu dana pastinya membutuhkan strategi yang jitu. Tidak hanya dalam berbisnis, lembaga penghimpun dana juga

memutuskan strategi. Strategi yang digunakan dalam mengumpulkan dana tersebut adalah:

a) Kampanye Media.

Kampanye media adalah strategi yang dilakukan oleh suatu lembaga dalam rangka membangkitkan kepedulian masyarakat melalui berbagai bentuk publisitas pada media massa. Kampanye ini diarahkan kepada dua orientasi, yaitu yang pertama terbentuknya citra kondisi masyarakat yang kesulitan seperti contohnya penderitaan para korban bencana. Dan yang kedua adalah sosialisasi bahwa lembaga tersebut melakukan penghimpunan dana untuk membantu masyarakat yang kesulitan tersebut.

b) Membuat Berita. Teknik ini dilakukan dengan cara membuat Press Release, undangan peliputan kegiatan, penyediaan kolom khusus informasi kegiatan, forum dialog atau diskusi dengan wartawan dan kunjungan kedia massa

c) Memasang Iklan. Teknik ini dilakukan dengan cara memasang berbagai iklan di media massa, baik iklan yang berisi gambaran tentang kondisi masyarakat yang kesulitan, untuk membangkitkan kesadaran publik maupun iklan yang berisi informasi bahwa lembaga tersebut melakukan penghimpunan dana dan membantu masyarakat yang sedang mengalami kesulitan. Iklan yang dipilih bisa berbentuk advertorial atau display.

Fundraising bagi Pemberdayaan Pendidikan

Dalam hal ini terdapat dua masalah yang dihadapi pendidikan nasional, yaitu masalah pemerataan mutu dan pemerataan akses pendidikan. Merespon masalah tersebut, kemudian pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan, yang salah satu kebijakannya terkait dengan anggaran pendidikan, pemerintah menaikkan anggaran pendidikan menjadi 20% dari total anggaran nasional. Anggaran tersebut selain digunakan untuk meningkatkan mutu pendidikan nasional, juga untuk meningkatkan angka partisipasi sekolah masyarakat. Pemerintah untuk mensukseskan program pemerataan mutu dan pemerataan akses tersebut, memberikan bantuan operasional sekolah (BOS) kepada sekolah/madrasah.

Terbatasnya anggaran pendidikan nasional, meski telah dinaikkan menjadi 20% dari total anggaran nasional, dan besarnya jumlah

sekolah/madrasah di tanah air sebagaimana disebut di atas, menunjukkan bahwa pemerintah sampai saat ini belum mampu sepenuhnya mengatasi problem pendidikan nasional, terutama terkait soal anggaran. Dalam konteks inilah, pemerintah berharap partisipasi masyarakat, terutama Sekolah/Madrasah Swasta untuk turut secara proaktif mencerdaskan bangsa. Hal ini juga termaktub dalam Permendikbud Nomor 75 Tahun 2016: Komite Sekolah Boleh Galang Dana, "Penggalangan dana dan sumber daya pendidikan lainnya berbentuk bantuan dan/atau sumbangan, bukan pungutan," bunyi Pasal 10 ayat (2).

Hasil penggalangan dana tersebut dapat digunakan antara lain: 1). Menutupi kekurangan biaya satuan pendidikan; 2). Pembiayaan kegiatan terkait peningkatan mutu sekolah yang tidak dianggarkan; 3). Pengembangan sarana/prasarana; dan 4). Pembiayaan kegiatan operasional Komite Sekolah dilakukan secara wajar dan dapat dipertanggung jawabkan. Sementara penggunaan hasil penggalangan dana oleh Sekolah harus:

- a. Mendapat persetujuan dari Komite Sekolah.
- b. Dipertanggungjawabkan secara transparan; dan
- c. Dilaporkan kepada Komite Sekolah.

Pihak yang paling mendapatkan tantangan pendanaan adalah Sekolah/Madrasah Swasta. Dibanding Negeri, Sekolah/Madrasah Swasta dituntut lebih kreatif dan inovatif dalam menggalang dana untuk memenuhi kebutuhan pendidikan yang bermutu. Bagi sekolah/madrasah Negeri pembiayaan dan pendanaan pendidikan hampir tidak menjadi masalah, karena sebagian besar sumber dana pendidikan berasal dari pemerintah pusat dan daerah.

Sementara sumber dana dari masyarakat hanya sebagian kecil saja. Namun bagi Sekolah/Madrasah Swasta ini tentu menjadi masalah tersendiri. Berbeda dari negeri, sumber sekolah/madrasah swasta justru sebagian besar berasal dari masyarakat. Mereka dituntut lebih kreatif dan inovatif dalam mengatasi persoalan biaya dan pendanaan pendidikannya.

Mengatasi permasalahan pendanaan di sekolah, maka salah satu upaya adalah dengan melakukan penggalangan dana. Penggalangan dana bisa dilaksanakan sekolah dalam bentuk bazar dan expo hasil kreatifitas sekolah, yang mana produk tersebut dipasarkan dalam acara atau event yang dilaksanakan pemerintah atau antar lembaga pendidikan, produk

yang dihasilkan sekolah kemudian diajukan untuk di urus HaKI (Hak Kekayaan Intelektual) yang berguna untuk peningkatan mutu sekolah.

KESIMPULAN

Fundraising adalah kegiatan sebuah perusahaan atau lembaga, terutama lembaga nirlaba yang menggantungkan dananya lebih banyak di perolehan fundraisingnya. Oleh karena itu perlu adanya strategi yang baik dalam melaksanakan kegiatan fundraising ini demi keberlangsungan kehidupan lembaga. Namun apabila kegiatan fundraising ini tanpa strategi maka kegiatan tersebut belum tentu maksimal hasilnya. Fundraising Yang mempunyai tujuan untuk menghimpun dana, menghipun donatur, menghidup simpatisan, membangun citra lembaga, memuaskan donatur, dengan mengandung unsur-unsur kesesuaian dengan syari'ah, adanya laporan dan pertanggung jawaban, dan manfaat bagi kesejahteraan umat, memberikan pelayanan yang berkualitas, dan selalu bersilaturahmi dan komunikasi dengan lancar, Fundraising menggunakan metode atau stategi Fundraising Langsung (*Direct Fundraising*, *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect fundraising*))

Fundraising bagi Pemberdayaan Pendidikan pemerataan mutu dan pemerataan akses pendidikan. Merespon masalah tersebut, kemudian pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan, yang salah satu kebijakannya terkait dengan anggaran pendidikan, pemerintah menaikkan anggaran pendidikan menjadi 20% dari total anggaran nasional. Anggaran tersebut selain digunakan untuk meningkatkan mutu pendidikan nasional, juga untuk meningkatkan angka partisipasi sekolah masyarakat. Hal ini juga termaktub dalam Permendikbud Nomor 75 Tahun 2016: Komite Sekolah Boleh Galang Dana, "Penggalangan dana dan sumber daya pendidikan lainnya berbentuk bantuan dan/atau sumbangan

REFERENSI

- Atik Abidah, Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo, Jurnal Kodifikasi, Volume 10 No. 1, Ponorogo, 2016,
- April Purwanto, Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat, Sukses, Yogyakarta, 2009
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), Edisi ke-3
- Fahrurrozi, Jurnal Adminisistrasi Pendidikan Vol.XIV No.1 April 2012,
- Gunawan, G., Simanjuntak, M. A., & Marisa, S. (2022). Compulsory Education Phenomenon for Islamic Education in Indonesia. *Al'Adzkiya International of Education and Sosial (AIoES) Journal*, 3(1), 10-17.
- Gunawan, G., & Siahaan, A. (2021). *SOURCES OF EDUCATION FUNDS IN SCHOOL REVIEW FROM THE PERSPECTIVE OF THE INDONESIAN EDUCATION FINANCIAL SYSTEM*. *Al'Adzkiya International of Education and Sosial (AIoES) Journal*, 2(2).
- Hendra Sutisna, Fundraising Database (Depok: 2006) Cet 1,
- Martin, Manajemen Pembiayaan Pendidikan : konsep dan aplikasinya (Jakarta:PT.Rajagrafindo Persada, 2014),
- Mesiono, Model Of Education Management Using Qualitative Research Methods At A Private School In Medan, dalam *Kuramve Uygulamada Egitim Yonetim Educational Administration: Theory and Practicah*, Vol. 28, No. 2, 2022.
- Miftahul Huda, Pengelolaan Wakaf Dalam Perspektif Fundraising, Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012
- Nanang fattah, Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2006
- Permendikbud Nomor 75 Tahun 2016: Komite Sekolah Boleh Galang Dana
- Peter Salim, Salim's Collegiate Indonesia-English Dictionary, Jakarta: Modern Eglish Press, 2000, cet. Ke-1,
- Yessi Rachmasari dkk, Penerapan Strategi Fundraising Di Rumah Singgah Bina Anak Pertiwi Jakarta, Jurnal Prosiding KS, Volume 3 No. 3,