

RPS MATA KULIAH

A. Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah : Manajemen Fundraising Zakat dan Wakaf
Program Studi : Manajemen Zakat dan Wakaf
Semester/Kode/SKS : 5 / / 3 SKS
Dosen : Yunida Een Fryanti, M.Si

B. Standar Kompetensi

Mahasiswa memahami mengenai manajemen fundraising pada lembaga zakat dan wakaf, memahami bagaimana cara mengelola donatur perorangan, donatur korporasi maupun donatur komunitas.

C. Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini mempelajari bagaimana menggalang dana (fundraising), memahami marketing direct maupun indirect marketing, memahami mengenai marketing komunikasi, dan Customer Relationship Management (CRM)

D. Rencana Pembelajaran

Minggu Ke	Kompetensi Dasar	Materi Pembelajaran		Strategi Pembelajaran	Indikator Keberhasilan	Bobot Nilai
		Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan			
1	2	3	4	5	6	7
1	Memahami perbedaan penjualan, marketing dan fundraising	Perbedaan penjualan, marketing dan fundraising	a. Penjualan b. Marketing c. Fundraising	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi • Curah Pendapat • Penjelasan Konsep dan umpan Balik • Review dan penyimpulan bersama 	1. Menjelaskan mengenai penjualan, marketing, dan fundraising 2. Mampu menjelaskan perbedaannya.	5
2	Memahami bauran Marketing	Bauran Marketing	a. Product b. Price c. Place d. Promotion	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi • Curah Pendapat • Penjelasan Konsep dan umpan Balik • Review dan 	1. Menjelaskan tentang produk original maupun mitasi 2. Mampu menjelaskan harga sebagai bauran pemasaran 3. Mampu menjelaskan	8

				penyimpulan bersama	bagaimana menjadi tempat bauran pemasaran 4. Mampu menjelaskan promotion sebagai bauran pemasaran	
3	Memahami Produk dalam Fundraising di lembaga zakat dan wakaf	Product Fundraising	a. Produk zakat b. Produk infak c. Produk wakaf d. Program Kemanusiaan e. Produk Kemitraan f. CSR	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi • Penjelasan Konsep dan umpan balik • Review dan penyimpulan bersama • Evaluasi dan tindak lanjut 	1. Mampu menjelaskan produk Zakat, infak, sedekah dan wakaf 2. Memahami produk berupa program kemanusiaan 3. Memahami produk dalam kemitraan 4. Memahami produk dalam program CSR perusahaan	8
4	Memahami tentang Image lembaga dan brance	Image lembaga dan brand	a. Filosofi symbol, dana nama lembaga b. Pembentukan Image dan brand c. Pembentukan hashtag	<ul style="list-style-type: none"> • Penjelasan Konsep dan umpan balik • Searching symbol, 	1. Mampu menjelaskan arti pentingnya image lembaga 2. Mampu menjelaskan bagaimana membentuk brand lembaga dan	7

				<ul style="list-style-type: none"> nama, • Review dan penyimpulan bersama • 	brand produk	
5.	Memahami mengenai pasar fundraising Lembaga ZISWAF	Pasar dan segmentasi pasar	<ol style="list-style-type: none"> Pasar pada LEMbaga ZISWAF Segementasi Pasar 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi • Penjelasan Konsep dan umpan balik • Review dan penyimpulan bersama • Evaluasi dan tindak lanjut 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu mengenal pasar untuk lembaga ZISWAF 	
6	Mampu Melaksanakan penggalangan dana langsung (Fundrasing Direct)	Penggalangan dana Langsung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Direct Fundrasing 2. MLM Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi • Penjelasan Konsep dan umpan balik • Latihan kasus • Review dan penyimpulan bersama • Evaluasi dan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami bagaimana penggalangan dana langsung 2. Memahami konsep MLM Marekting 	7

					tindak lanjut		
7	Praktek Penggalangan Dana langsung	Praktek Penggalangan dana langsung	Praktek Penggalangan dana langsung	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi • Praktek lapangan • Review dan penyimpulan bersama • Evaluasi dan tindak lanjut 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencoba melakukan penggalangan dana langsung ke perorangan 2. Mampu mengevaluasi pelaksanaan penggalangan dana langsung 	7	
8	UTS						15
9	Alat Bantu fundraising	Tools Fundrasing	<ol style="list-style-type: none"> a. Leaflet b. Brosur c. Spanduk d. Web e. Media social 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi • Penjelasan Konsep dan umpan Balik • Pembuatan alat bantu fundraising 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu membuat alat bantu fundraising 2. Mampu mengevaluasi alat bantu yang kurang baik 		
10.	Penggalagan dana tidak langsung	Penggalangan Dana tidak Langsung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promotion 2. Media Electronik 3. Media Sosial 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi • Penjelasan Konsep dan umpan balik • Latihan kasus • Review dan penyimpulan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan bagaimana promotion pada fundrasing 2. Mampu menjelaskan penggaalangan dana melalui media elektronik dan media 	7	

				bersama • Evaluasi dan tindak lanjut	social	
11.	Mampu menyusun Proposal Fundrasing	Proposal Fundrasing	1. Tujuan Proposal Fundrasing 2. Teknik Membuat Proposal Fundraising	• Orientasi • Penjelasan Konsep dan umpan Balik • Pembuatan Proposal Fundrasing • Review dan penyimpulan bersama • Evaluasi dan tindak lanjut	1. Mampu menyusun proposal fundrasing	7
12.	Mampu menjelaskan tentang Marketing Komunikasi	Marketing Komunikasi	1. Laporan penyelenggaraan program 2. Narasi Program 3. Kominikasi persuasif	• Orientasi • Penjelasan Konsep dan umpan balik • Review dan penyimpulan bersama • Evaluasi dan tindak lanjut	1. Menjelaskan Marketing komunikasi 2. Memahami pengakuan dan pengukuran pembiayaan musyarakah 3. Memahami pengakuan laba atau rugi musyarakah	10

					4. Menjelaskan pengaturan pengakhiran akad	
13	Mampu menjelaskan program kemitraan	Program Kemitraan	1. Jenis Program kemitraan 2. Kemitraan Fundraising	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi • Penjelasan Konsep dan umpan Balik • Review dan penyimpulan bersama • Evaluasi dan tindak lanjut 	1. Mampu membuat sebuah usulan program kemitraan	
14.	Memahami bagaimana mengelola donatur (Customer Relasensif Manajement)	CRM	1. Laporan Donasi 2. Layanan Donatur 3. Penyesiaan Konflik 4. Pengelolaan Partisipan (Relawan)	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi • Penjelasan Konsep dan umpan Balik • Review dan penyimpulan bersama • Evaluasi Dan tindak lanjut 	1. Mampu menjelaskan bagaimana mengelola donatur sehingga mampu menjadi donatur tetap dan menjadi partisipan yang menjadi perpanjangan tangan fundraising lembaga	
15.	Memahami tanggung jawab	Tanggung Jawab Lembaga	Tanggung Jawab Lembaga Terhadap	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi • Penjelasan 	1. Memahami tanggung jawab lembaga	5

	lembaga terhadap amanah donatur	Terhadap donatur	donatur	<ul style="list-style-type: none"> Konsep dan umpan Balik • Review dan penyimpulan bersama • Evaluasi dan tindak lanjut 	terhadap amanah yang di berikan oleh donatur	
16		UAS Projek Besar Funsraisng Kelompok atau Projek kelas	15			

E. Penilaian

1. Jenis Penilaian : Proses dan Hasil

Instrumen yang digunakan :

a. Partisipasi

- i. Kehadiran (Daftar Hadir)
- ii. Aktivitas (Rubik Lembar Observasi)
- iii. Perilaku (Rubik Lembar Observasi)

b. Tugas

- i. Makalah (Lembar Penilaian)
- ii. Diskusi (Lembar Observasi)
- iii. Presentasi (Lembar Penilaian)
- iv. Produk Kuliah (Lembar Penilaian)

- c. UTS (Soal/Tes)
- d. UAS (Soal/Tes)

2. Kriteria Penilaian

No	Aspek	Bobot
1	Partisipasi (Kehadiran, aktivitas, prilaku)	30
2	Tugas (makalah, diskusi, presentasi, produk perkuliahan lainnya)	40
3	UTS	15
4	UAS	15
TOTAL		100

3. Rancangan Tugas

Mata Kuliah : Manajemen Fundraising
Semester /SKS : 4 / 3 SKS

1. Tujuan Tugas : Mahasiswa mampu menyusun proposal fundraising
2. Uraian Tugas :
 - a. Buat proposal fundraising
 - b. Lampirkan dengan alat promotion
 - c. Persentasikan

3 Kriteria penilaian

NO	Aspek	Uraian	Bobot
1	Relevansi	Kesesuaian laporan dengan isntruksi	20
2	Ruang Lingkup	Kelengkapan pembahasan Dan kelengkapan analisa	30
3	Fleksibilitas	Kemungkinan penambahan analisa	10
4	Praktis	Keterlaksanaan	20
5	Efektivitas	Ketercapaian Tujuan	20
JUMLAH			100

F. Referensi .

- a. Manajemen Pemasaran Philip Kotler Edisi 12, Salemba 4, 2010
- b. Pola Strategi Penggalangan Dana Sosial di Indonesia: Pengalaman Delapan Belas Lembaga Sosial published 2003 by PIRAC

Bengkulu, Februari 2019
Asisten Dosen

Yunida Een Fryanti, M.Si

