

Membangun Proposal Penggalangan Dana yang Efektif



MODUL

06

Daftar Isi

BAGIAN 1

Bersiap-siap

Pendahuluan

10 / 1.1 Ruang Lingkup Modul

10 / 1.2 Pola Pikir Penggalangan Dana dan Penulisan Hibah

- Ini Bukan Tentang Uang
- Dekati Donatur Potensial sebagai Mitra Setara
- Pikirkan Jangka Panjang: Berinvestasi dalam Hubungan
- Hormati Waktu Orang
- Hargai Waktu Anda Sendiri
- Jadilah Donor-sentris
- Tempatkan Diri Anda pada Posisi Donor
- Jangan pernah menulis untuk mengesankan, tapi untuk dipahami. Bercerita
- Jangan Mengandalkan Hibah Saja

14 / 1.3 Ringkasan Bab dan Latihan

Memahami Donor

17 / 2.1 Memastikan Kelayakan

- Dasar-Dasar: Memahami Persyaratan Donor
- Meminta Klarifikasi

20 / 2.2 Bekerja Lebih Jauh : Menganalisis Kebutuhan, Preferensi, dan Bahasa Donor

22 / 2.3 Ringkasan Bab dan Latihan

Menjangkau dan Membangun Hubungan

24 / 3.1 Merencanakan Pendekatan Anda

- Siapa yang Bertanggung Jawab atas Penjangkauan dan Hubungan Donor?
- Memetakan Proses Anda: Corong Donor

28 / 3.2 Berhubungan dengan Orang yang Tepat

- Menemukan Kontak yang Tepat
- Menjangkau
- Ikuti Terus
- Pertemuan Pertama atau Panggilan

36 / 3.3 Mengelola dan Memelihara Hubungan

37 / 3.4 Ringkasan Bab dan Latihan

BAGIAN 2

Menulis Proposal

Persiapan: Bersiap untuk Menceritakan Kisah Anda

42 / 1.1 Kerangka Sederhana untuk Membuat Kisah yang Menarik

- Mengapa Mendongeng Itu Penting
- Tentang Apa Cerita Anda?
- Cara Membuat Cerita Anda

44 / 1.2 Cara Menggunakan Kerangka

- Menggunakan Kerangka Bercerita sebagai Struktur Dasar untuk Proposal Anda
- Menceritakan Kisah Pribadi
- Contoh Mendongeng
- Di mana Menggunakan Kisah Pribadi dalam Proposal Anda
- Kesalahan dan Pertanyaan Umum Mendongeng

49 / 1.3 Meninjau Pernyataan Misi Anda

- Karakteristik Pernyataan Misi yang Kuat
- Contoh yang Dibuat dengan Baik

51 / 1.4 Mengklarifikasi *Theory of Change* Anda

- Apa itu?
- Bagaimana dan di mana Menggunakannya

53 / 1.5 Ringkasan Bab dan Latihan

Menulis Catatan Konsep yang Efektif

55 / 2.1 Kekuatan Catatan Konsep

- Mendapatkan Kaki Anda di Pintu
- Belajar tentang Preferensi Donor & Penghematan Waktu
- Ideal untuk Eksekutif CSR yang Sibuk

56 / 2.2 Struktur pemenang

- Masalah
- Solusinya (yaitu Proyek Anda)
- Dampak Jangka Panjang
- Narasi Anggaran dan Garis Waktu
- Tentang Organisasi Anda dan *Call-to-Action*

58 / 2.3 Kesalahan Umum yang Harus Dihindari

- Menulis Catatan Konsep yang Terlalu Panjang
- Tidak Jelas dan tidak Langsung ke Intinya
- Melanjutkan tentang organisasi Anda
- Tidak Termasuk Gambar dan Grafik yang Relevan

59 / 2.4 Contoh Catatan Konsep

62 / 2.5 Ringkasan Bab dan Latihan

Menulis Proposal

64 / 3.1 **Proposal Terbuka**

- Judul Halaman
- Abstrak (Opsional)
- Daftar Isi (Opsional)
- *Executive Summary*
- Deskripsi Organisasi Anda
- Masalah yang Anda Pecahkan
- Pendekatan Anda
- Dampak
- Narasi Anggaran

70 / 3.2 **Catatan tentang Kuesioner Donor**

71 / 3.3 **Tips dan Trik**

- Menggabungkan Data, Riset, dan Bercerita
- Tetap Singkat dan Sederhana
- Menggunakan Bahasa Pemberi Dana
- Jadikan Proposal Anda Mudah Dibaca

73 / 3.4 **Kesalahan Umum Penulisan Hibah**

- Menyebut Diri Anda Berulang-ulang
- Tidak Menjelaskan Bagaimana Donor akan Membuat Perbedaan
- Tidak Meluangkan Waktu untuk Memahami Kriteria Seleksi dan Persyaratan Hibah
- Tidak Membagikan Rencana Jangka Panjang Anda
- Tidak Menyebutkan Bagaimana Anda akan Mengevaluasi Keberhasilan Proyek Anda

75 / 3.5 **Ringkasan Bab dan Latihan**

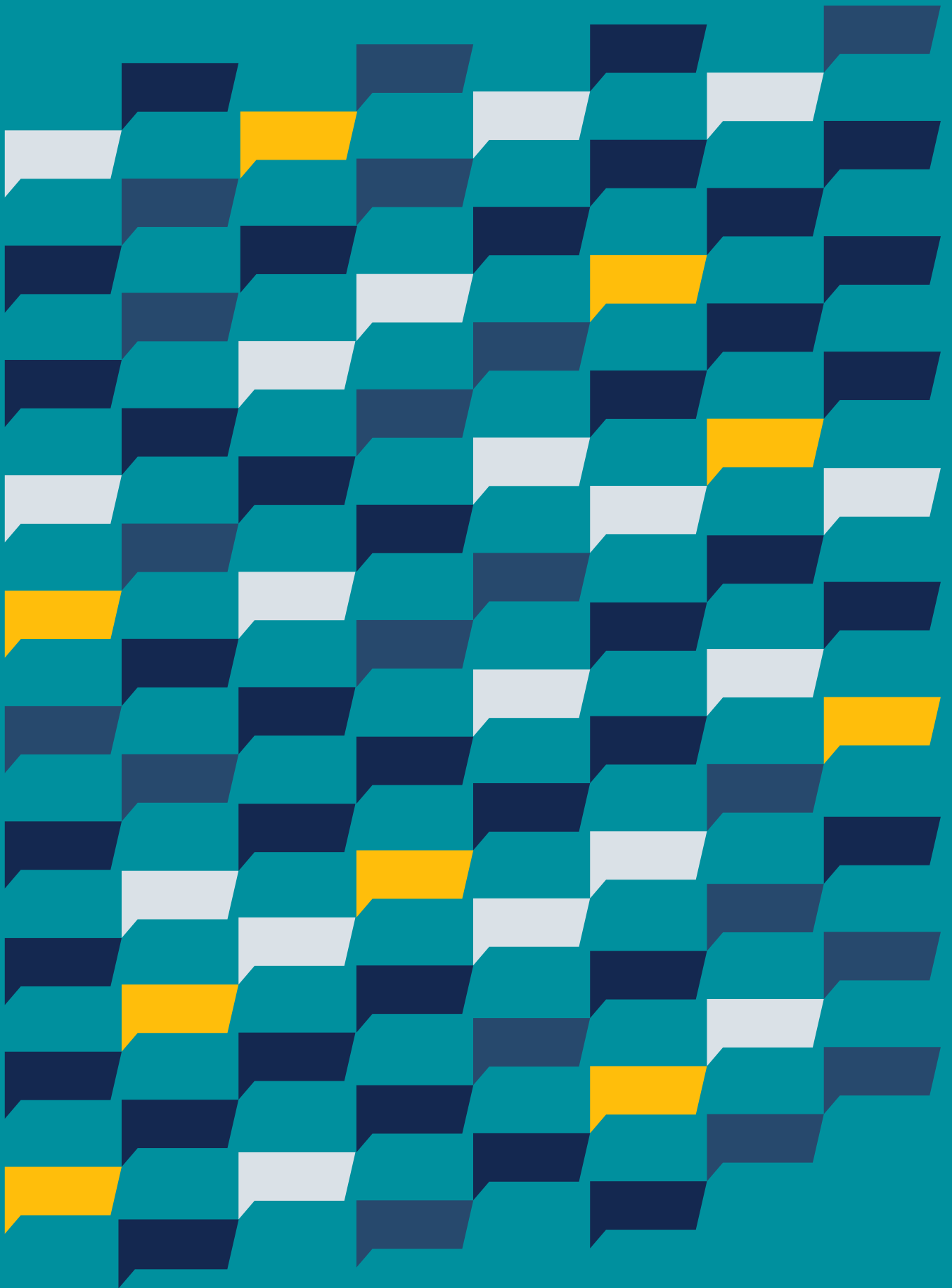
Tips Menulis A1

- 80 / 1.1 Draf Pertama yang Mengerikan
- 80 / 1.2 Memastikan Proposal Anda Dibaca

Sumber Daya Tata Bahasa A2

- 84 / 2.1 Pada Tata Bahasa
- 84 / 2.2 Bahasa Inggris: *British vs America*
- 84 2.3 Sumber Daya Tata Bahasa





Bersiap-siap



01

Pendahuluan

Membangun proposal penggalangan dana yang efektif dapat membuat perbedaan yang signifikan bagi organisasi Anda, baik secara finansial maupun kredibilitas organisasi. Namun, membangun proposal tersebut tidaklah mudah, terlebih lagi setiap bentuk hibah dan pemberi dana memiliki karakter yang berbeda sehingga diperlukan pendekatan yang “unik” dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing proposal.

Namun, ada beberapa prinsip universal yang berlaku, baik dalam menargetkan donor institusional, program CSR perusahaan multinasional, atau bahkan individu.

Dalam modul ini, kita akan melihat lebih dekat prinsip-prinsip dalam membangun proposal penggalangan dana dan mendiskusikan bagaimana organisasi Anda dapat meningkatkan peluang dalam mendapatkan dana tersebut.

1.1

Ruang Lingkup Modul

Baik Anda mengajukan permohonan pendanaan ke lembaga donor internasional, pemerintah nasional, atau individu, modul ini dirancang untuk membantu Anda menulis proposal yang berdampak dengan menceritakan organisasi dan program Anda dengan cara yang efektif.

Di bagian 1, kita akan fokus pada dasar-dasar pengembangan proposal, yaitu dimulai dengan membangun pola pikir dalam menggalang dana dan menulis proposal, hingga memahami donor dan memastikan kelayakan organisasi Anda. Selanjutnya, kita akan mengeksplorasi berbagai pendekatan yang dapat diimplementasikan pada donor potensial dan menjalin hubungan yang baik dengan mereka.

Di bagian 2, kita akan belajar lebih banyak tentang proses penulisan proposal, dimulai dari dasar-dasar penceritaan yang kuat, meninjau dokumen utama organisasi, menulis catatan konsep yang kuat, hingga menulis proposal lengkap.

1.2

Pola Pikir Penggalangan Dana dan Penulisan Proposal

Meskipun penggalangan dana dan penulisan proposal bisa sangat teknis, pola pikir tentang bagaimana Anda mendekati calon donor sangat penting. Berikut adalah beberapa petunjuk untuk menempatkan Anda dalam kerangka berpikir yang benar ketika mendekati mitra masa depan dan menulis catatan konsep serta proposal yang sukses:

Ini Bukan tentang Uang

Penggalangan dana bukanlah tentang uang, ini tentang mengundang orang untuk mengambil bagian dalam memecahkan masalah yang sedang Organisasi Anda usahakan. Peran Anda adalah *influencer* – seseorang yang mengubah perspektif orang, membuat mereka percaya pada visi mereka dan menciptakan keinginan untuk mengambil tindakan.

Fokus pada mendapatkan mitra yang benar-benar memahami visi dan misi organisasi Anda.

Jika ada kesempatan, sampaikan juga motivasi Anda dan mengapa pekerjaan Anda begitu penting bagi Anda. Kemudian berikan

gambaran tentang bagaimana dukungan mereka akan membantu mengubah dunia orang-orang yang Anda layani dan menciptakan dampak jangka panjang.

Singkatnya: Fokuslah untuk menjadi *influencer* terlebih dahulu. Uang akan mengikuti secara alami.

Dekati Donatur Potensial sebagai Mitra Setara

Kita sebagai penggalang dana dan penulis proposal biasanya merasa rendah diri ketika meminta dana dari individu, yayasan, atau lembaga donor. Bagaimanapun, para donor memiliki sesuatu yang kita butuhkan untuk melakukan pekerjaan kita.

Namun, perlu kita sadari bahwa hubungan jangka panjang dan jenis yang kemungkinan besar ingin Anda bangun, harus dibangun secara setara. Donor mungkin memiliki keterampilan dan sumber daya keuangan, namun Anda memiliki pengalaman menciptakan dampak yang bertahan lama. Seperti Anda yang membutuhkan mereka, mereka juga membutuhkan ahli seperti Anda untuk menciptakan perubahan yang ingin mereka lihat di dunia.

Kapan pun Anda merasa tidak nyaman meminta dana, ingatlah betapa pentingnya pekerjaan organisasi Anda sebenarnya – dan bahwa banyak calon donor dan secara aktif mencari peluang untuk memanfaatkan sumber daya mereka dengan baik dan membuat perbedaan.

Pikirkan Jangka Panjang: Berinvestasi dalam Hubungan

Setelah Anda membangun hubungan baik dengan donor potensial atau bahkan berhasil memperoleh hibah, pastikan untuk tetap menjaga hubungan baik. Tetap berikan informasi tentang kegiatan organisasi Anda dan – jika memungkinkan, buat mereka melihat dan ikut merasakan perubahan yang telah mereka bantu bersama Anda (misalnya dengan mengundang mereka untuk melihat salah satu proyek Anda).

Ini akan menunjukkan bahwa Anda menghargai mereka dan kontribusi mereka serta tidak hanya memandang mereka sebagai sumber uang. Akan sangat disayangkan jika mereka

yang telah berkontribusi untuk organisasi Anda tidak mendengar kabar dari Anda lagi setelah itu.

Bahkan jika mereka belum menyumbang atau hanya memberikan kontribusi sekali, tetaplah jaga hubungan baik, kirimkan mereka informasi yang relevan seperti artikel, video, atau posting media sosial yang mungkin mereka minati. Anda bahkan bisa mengajak mereka minum kopi dan berbincang (tentu jika ini sesuai dan sejalan dengan kebijakan organisasi/donor Anda). Anda tidak perlu membahas soal kebutuhan pendanaan setiap kali bertemu.

Jaga agar hubungan Anda tetap kuat dan hangat. Dengan cara ini, akan jauh lebih mudah untuk meminta bantuan mereka ketika Anda benar-benar membutuhkannya atau ketika Anda memiliki proposal yang menarik untuk dibagikan.

Tips Singkat

Idealnya, ada satu orang di tim Anda yang ditugaskan untuk menjaga relasi dengan donor dan memanfaatkan perangkat lunak CRM untuk melacak komunikasi Anda dengan relasi Anda. Lihat bagian 3.2 untuk kiat dan praktik baik lainnya.



Hargai Waktu Orang Lain

Baik bertemu secara langsung atau mengajukan proposal, **selalu ingat bahwa Anda sedang berkomunikasi dengan seseorang yang memiliki waktu dan kapasitas yang sangat terbatas untuk benar-benar belajar tentang organisasi Anda.**

Jadi, buat komunikasi Anda - baik lisan atau tertulis - jelas dan langsung pada intinya. Sertakan ringkasan, soroti informasi utama, dan gunakan judul yang secara jelas menunjukkan tentang apa yang Anda tulis. Ini akan meningkatkan peluang Anda untuk mendapatkan perhatian donor dan untuk melihat/mendengar jenis informasi yang Anda inginkan dari mereka.

Hargai Waktu Anda Sendiri

Pada saat yang sama, pertimbangkan juga biaya, waktu dan sumber daya Anda sendiri yang dihabiskan untuk menulis proposal. Pastikan untuk memahami sepenuhnya semua persyaratan (termasuk persyaratan pelaporan nanti!) dan kriteria seleksi dari organisasi donor dan dapatkan gambaran tentang seberapa besar kemungkinan organisasi Anda menerima hibah (lihat bagian 2.1).

Selain itu, tanyakan pada diri Anda apakah hibah tersebut sejalan dengan misi dan visi organisasi Anda - dan tujuan yang telah Anda tetapkan untuk beberapa tahun ke depan. Apakah itu akan memperkuat pekerjaan inti Anda atau mengalihkan perhatian Anda. Apakah dana tambahan sebanding dengan biaya yang mungkin harus dikeluarkan untuk mengalokasikan kembali fokus Anda/ menunda proyek lain?

Dengan melihat lebih dekat pada panggilan proposal tersebut dan bertanya pada diri Anda tentang pertanyaan-pertanyaan tersebut, Anda akan dapat memutuskan apakah pendanaan potensial tersebut akan dinilai dengan investasi waktu dan sumber daya Anda yang berharga - mulai dari proses penulisan proses itu sendiri hingga penulisan laporan nantinya.

Jika perlu, hubungi organisasi donor untuk

mempelajari lebih lanjut tentang apa yang mereka cari dan bagikan kemungkinan ide proyek dengan mereka untuk memastikan kesesuaiannya.

Jadilah Donor-sentris

Pastikan Anda menghabiskan cukup waktu untuk mengenal calon donor Anda. Pelajari apa yang paling penting bagi mereka, jenis proyek apa yang telah mereka dukung di masa lalu dan jenis bahasa yang mereka gunakan (misalnya di situs web mereka, wawancara dengan staf kunci, media sosial, dll.).

Kemudian, sesuaikan pendekatan Anda dengan kebutuhan donor. Soroti elemen pekerjaan Anda yang paling sesuai dengan visi dan misi mereka. Ini akan meningkatkan peluang Anda untuk menulis proposal yang relevan dengan donor dan pastinya peluang Anda mendapatkan dana yang Anda butuhkan.

Tempatkan Diri Anda pada Posisi Donor

Sebelum Anda mulai menulis proposal atau catatan konsep, tempatkan diri Anda pada posisi donor dan tanyakan pada diri Anda apa menggunakan pengetahuan, misi, dan latar belakang donor yang perlu Anda baca untuk menyetujui hibah untuk organisasi Anda. Informasi latar belakang seperti apa yang dibutuhkan donor? Haruskah proposal Anda sangat teknis atau fokus pada penceritaan?

Khusus untuk proyek CSR, perlu diingat bahwa pengetahuan Anda tentang suatu subjek mungkin jauh lebih dalam daripada pengetahuan donor. Jadi hindari terlalu banyak jargon dan jelaskan secara sederhana mengapa proyek Anda penting - dan apa arti dukungan mereka bagi orang-orang yang Anda layani. Bukan hanya dalam hal jumlah, tetapi pada tingkat pribadi (misalnya seorang ibu dapat menyekolahkan anak-anaknya karena ia akhirnya dapat memperoleh upah yang adil).

Menunjukkan dampak peningkatan upah penerima manfaat sebesar Rp. 1 juta mungkin tampak jelas bagi Anda. Akan tetapi, para donor yang mungkin belum pernah melihat kenyataan hidup di komunitas yang Anda layani, mungkin tidak begitu menghargai betapa besar perbedaan yang dapat dihasilkan dari upah dengan nominal tersebut untuk sebuah keluarga di pedesaan Indonesia.

Jangan Pernah Menulis untuk Membuat Pembaca Terkesan, tapi Menulis untuk Dipahami: Berceritalah

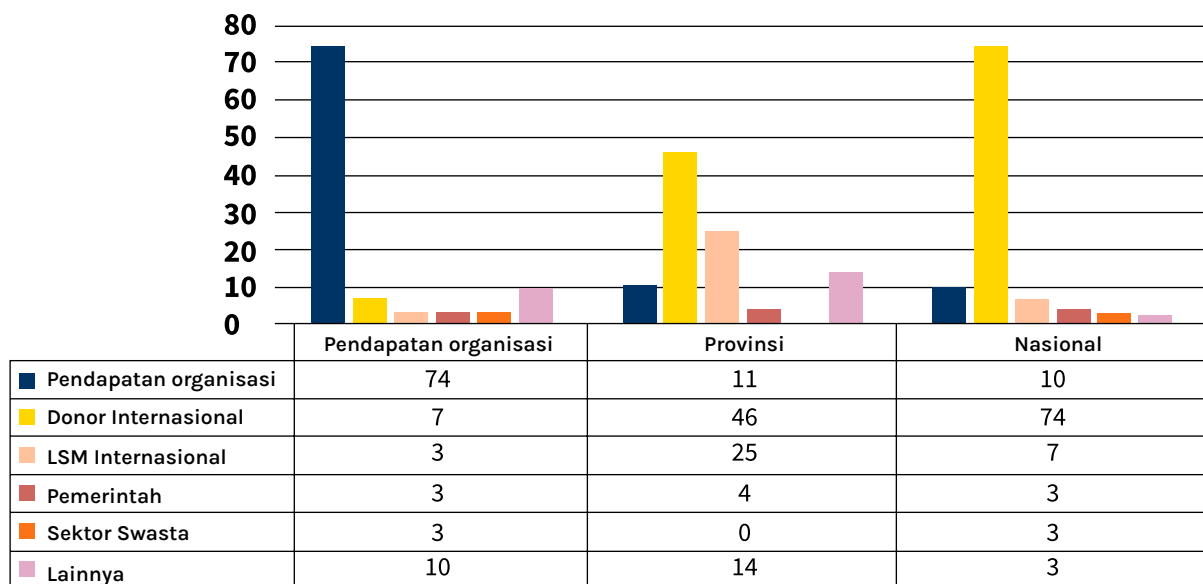
Terkait dengan poin di atas, pastikan presentasi atau proposal Anda mudah dipahami. Hindari jargon yang tidak perlu, buat kalimat Anda pendek (maksimal 2 baris) dan pastikan untuk menyertakan cerita tentang bagaimana pekerjaan Anda telah mengubah kehidupan penerima manfaat Anda.

Orang akan sangat cepat melupakan fakta dan angka. Mereka lebih cenderung mengingat dan membagikan cerita dengan kisah yang kuat dan punya arti mendalam bagi mereka. Hal ini terutama berlaku untuk cerita yang diceritakan dengan bantuan gambar dan/atau video (lihat Bagian 2, bagian 1)

Jangan Mengandalkan Hibah Saja

Hibah institusional dan yayasan internasional besar atau LSM sangat kompetitif dan membutuhkan investasi waktu dan energi yang besar, baik untuk mengajukan proposal maupun untuk pelaporan. Jadi, meskipun mereka bisa menjadi sumber pendanaan yang hebat dan terkadang bahkan bergengsi, jangan pernah hanya mengandalkan mereka. Bukan hal yang aneh untuk mengajukan 20-30 hibah hanya untuk mendengar kabar dari satu atau dua organisasi saja.

Selain itu, **ada beberapa indikasi bahwa donor internasional akan mengurangi dukungan mereka untuk organisasi nirlaba di Indonesia¹, membuat organisasi masyarakat sipil lokal menjadi sangat rentan.** Sebuah survei oleh NGO Survey and Study Center (NSSC)² mengungkapkan bahwa 81% dari pendanaan LSM di Indonesia masih berasal dari donor internasional.



Sumber : NGO Survey and Study Center (NSSC)

Itulah mengapa penting bagi ketahanan dan keberlanjutan organisasi Anda untuk mengeksplorasi sumber pendanaan lain seperti sumbangan individu, pendapatan yang diperoleh organisasi, dan kolaborasi CSR.

¹ USAID (2018)

² Davis (2020)

1.3

Ringkasan Bab dan Latihan

Virtual high five dari tim Re.Search karena Anda menyelesaikan bab pertama modul ini. Berikut ringkasan singkat dari apa yang telah kita pelajari:

- Baik pengajuan permohonan pendanaan ke lembaga donor besar, LSM, atau proyek CSR, ada beberapa prinsip universal untuk menulis proposal yang berdampak. Salah satu hal terpenting adalah memiliki pola pikir yang benar.
- Hormati waktu Anda dan waktu donor. Buat komunikasi Anda singkat, langsung ke inti permasalahan dan mudah dimengerti.
- Selalu pastikan kelayakan dan keselarasan sebelum Anda mulai membangun proposal. Jangan buang waktu berminggu-minggu untuk program yang kemungkinan Anda diterimanya kecil atau yang tidak sesuai dengan misi dan visi organisasi Anda.
- Fokus membangun relasi jangka panjang dengan donor dan jangan hanya mengandalkan hibah besar - diversifikasikan sumber pendanaan Anda dengan memasukkan sumbangan individu, program CSR, dan pendapatan lainnya.

Saatnya Latihan

- 1 Bersama dengan tim penggalangan dana dan/ atau direksi Anda, telusuri daftar pola pikir untuk sukses. Ceritakan apa yang paling sesuai dengan Anda dan mengapa.
- 2 Apakah ada contoh ketika Anda menerapkan atau tidak menerapkan salah satu pola pikir untuk sukses? Bagaimana hasilnya?
- 3 Luangkan waktu 10 menit dan renungkan proses penggalangan dana yang berhasil baru-baru ini. Apa yang membuat itu berbeda dari upaya yang gagal? Mengapa itu berhasil?

Mari dipraktekkan

Manakah dari dua pola pikir untuk penggalangan dana yang akan Anda terapkan dalam pekerjaan Anda selama satu bulan ke depan? Akan seperti apa itu dalam praktiknya?

Contoh:

Pola pikir yang ingin diterapkan	Akan seperti apa itu dalam praktiknya? Tindakan apa yang akan saya ambil?
Saya ingin melihat donor masa lalu saya sebagai mitra yang berharga	• Hubungi 3 donor sebelumnya setiap minggu untuk satu bulan ke depan • Berikan informasi, artikel, atau podcast yang relevan dengan mereka • Undang mereka untuk mengunjungi proyek yang mereka dukung tahun lalu

Sekarang giliran Anda:

Pola pikir yang ingin diterapkan	Akan seperti apa itu dalam praktiknya? Tindakan apa yang akan saya ambil?

Memahami Donor

Kesalahan umum organisasi nirlaba adalah tidak menghabiskan cukup waktu untuk benar-benar memahami calon donor dan persyaratannya. Ini adalah bentuk pemborosan sumber daya yang berharga dan peluang yang terlewatkan :

- **Sumber Daya yang Terbuang:** Tidak melakukan penelitian sebelum menulis proposal dapat menyebabkan organisasi Anda menghabiskan waktu berbulan-bulan untuk membuat dan mengirimkan dokumen proposal yang rumit hanya untuk mengetahui bahwa program atau organisasi Anda bahkan tidak memenuhi syarat.
- **Peluang yang Terlewatkan:** Tidak teliti terhadap kebutuhan dan persyaratan donor dapat mengakibatkan organisasi Anda mengirimkan proposal yang terlalu luas dan tidak fokus pada elemen dalam program/organisasi Anda yang paling relevan dengan donor. Karenanya, pembaca yang sibuk mungkin gagal memahami seberapa cocok organisasi Anda untuk hibah mereka.

Benar-benar mengenali calon donor atau organisasi donor Anda adalah kunci untuk memulai hubungan dengan baik serta menghemat waktu dan sumber daya.



2.1

Memastikan Kelayakan

Setiap kali Anda berencana untuk menanggapi panggilan proposal atau mengajukan program Anda ke calon donor, pastikan Anda memahami secara menyeluruh persyaratan pendanaan, misi dan nilai-nilai mereka, serta perhatikan jenis bahasa yang digunakan.

Dasar-Dasar Memahami Persyaratan Donor

Luangkan waktu untuk membaca secara menyeluruh (sekali lagi: secara menyeluruh!) panggilan proposal dan situs web organisasi donor.

Elemen terpenting yang harus diperhatikan adalah:

- **Tujuan hibah**

Apakah program yang ingin Anda ajukan benar-benar sesuai dengan tujuan hibah? Apakah itu sejalan dengan tujuan utama dan hasil yang diinginkan oleh donor?

- **Wilayah**

Apakah donor mendukung organisasi/proyek di wilayah di mana program/organisasi Anda aktif?

- **Jumlah Hibah dan Periode Pendanaan**

Berapa banyak yang ingin dialokasikan oleh donor dan dalam jangka waktu berapa lama? Apakah pendanaan cukup untuk proyek Anda dan dapatkah Anda menyelesaikannya dalam periode pendanaan donor?

- **Tenggat Waktu**

Catat semua tenggat waktu yang relevan dan masukan ke kalender Anda dengan pengingat rutin (misalnya 2 minggu sebelum tenggat waktu yang sebenarnya). Pastikan Anda memiliki waktu yang cukup untuk menulis proposal yang kuat dan mengumpulkan semua dokumentasi yang diperlukan.



- **Jenis Organisasi**

Apakah organisasi Anda memiliki struktur hukum yang memenuhi syarat untuk mendapatkan hibah tersebut? Jika informasi dari situs web donor atau panggilan proposal, hubungi melalui email untuk memperkenalkan organisasi Anda secara singkat dan tanyakan apakah mereka akan mempertimbangkan aplikasi Anda atau tidak.

- **Karakteristik Lain dari Organisasi**

Apakah donor memiliki persyaratan terkait besar organisasi (misalnya jumlah karyawan), pendapatan minimum/maksimum dan/atau tahun minimum/maksimum beroperasi?

- **Program dan Pengecualian Pilihan**

Apakah organisasi menyatakan preferensi sehubungan dengan struktur kepemilikan/fokus program, dll. (misalnya organisasi atau proyek milik perempuan yang juga mempertimbangkan perlindungan lingkungan)? Jika ya, perhatikan preferensi ini dan tunjukkan bagaimana Anda memenuhi syarat (jika berlaku).

- **Batasan Kata**

Pastikan untuk memperhatikan dan (dengan ketat!) mematuhi batasan kata yang dinyatakan oleh pendonor. Untuk hibah yang sangat kompetitif, pengajuan yang melebihi panjang yang disebutkan dapat dieliminasi di awal proses.

Meminta Klarifikasi

Sebelum Anda meminta klarifikasi apa pun dari organisasi donor, pastikan bahwa informasi yang Anda butuhkan belum tersedia di situs web mereka atau sumber informasi lain yang tersedia untuk umum (seperti *call for proposal*) belum sepenuhnya jelas.

Mengajukan pertanyaan yang mudah dijawab dengan melihat bagian FAQ organisasi tidak

Tips Singkat

Selain panggilan untuk proposal itu sendiri, pastikan juga untuk melihat bagian FAQ di situs web donor (jika ada) dan lihat secara menyeluruh *template* yang mereka sediakan untuk Anda.

Tidak ada yang lebih buruk daripada menyadari 10 menit sebelum batas waktu penyerahan bahwa anggaran yang telah Anda buat selama berminggu-minggu ternyata tidak menggunakan format yang dipersyaratkan oleh donor.



akan dianggap baik, atau bahkan mungkin membuat Anda dirugikan jika orang yang Anda hubungi terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

Jika Anda menghubungi untuk meminta klarifikasi, pastikan untuk menautkan ke bagian yang relevan dari situs web mereka untuk menunjukkan bahwa Anda telah membaca pedoman aplikasi mereka.

Contoh: Memverifikasi Kelayakan



Terkadang, informasi di situs web organisasi donor dapat membingungkan atau agak tidak jelas. Jadi, daripada menebak proyek mana yang akan diajukan ke organisasi, cukup minta klarifikasi organisasi donor..

Berikut adalah contoh bagaimana sebuah yayasan di jaringan Re.Search menghubungi donor Swiss untuk meminta klarifikasi:

- Setelah mempelajari panggilan untuk proposal secara menyeluruh, yayasan masih belum yakin proyek mana yang memiliki peluang terbaik untuk diterima. Secara khusus, mereka tidak jelas tentang satu kalimat tertentu di situs web donor.
- Yayasan mengirim *email* singkat ke *email* yang terdaftar di bawah panggilan untuk proposal, memperkenalkan organisasi dan menautkan ke video terbaru tentang apa yang dikerjakan organisasi. Kemudian, mereka menjelaskan secara singkat sumber kebingungan mereka dan dengan 2 kalimat masing-masing menyebutkan dua proyek yang mereka pertimbangkan untuk diajukan.
- Dengan mengirim *email*, yayasan telah berhasil melakukan dua hal: (1) Mereka telah memastikan bahwa donor telah mendengar nama yayasan mereka dan mungkin mengingat mereka ketika meninjau proposal. (2) Dengan meminta klarifikasi, mereka mengetahui bahwa proyek pilihan yang ingin mereka ajukan ternyata tidak memenuhi syarat untuk mendapatkan hibah, sehingga menghemat waktu dan sumber daya yang berharga bagi mereka dan organisasi donor.

2.2

Bekerja Lebih Jauh: Menganalisis Kebutuhan, Preferensi, dan Bahasa Donor

Memastikan kelayakan saja tidak cukup. Sekarang saatnya untuk melihat lebih dekat pada organisasi donor atau mitra potensial dan mengidentifikasi apa tujuan dan prioritas mereka, apa yang benar-benar mereka perhatikan dan bahasa apa yang mereka gunakan. Ini akan memungkinkan Anda untuk menyoroti elemen pekerjaan Anda yang paling relevan dengan donor dan menggunakan jenis istilah yang paling sesuai dengan mereka.

Tempat yang baik untuk memulai proses ini adalah di Pernyataan Visi dan Misi donor, bagian Tentang Kami di situs web mereka, dan dalam wawancara yang diberikan oleh pimpinan organisasi. Pada dokumen atau makalah baru, catat semua temuan yang relevan, seperti kata-kata yang sering digunakan atau area fokus organisasi yang paling selaras dengan visi dan misi organisasi Anda.

Kemudian, pilih bidang pekerjaan atau program Anda yang paling sesuai dengan visi dan misi donor, lalu buat cerita Anda. Jika donor jelas-jelas peduli dengan pemberdayaan perempuan misalnya, ceritakan bagaimana pekerjaan Anda untuk memulihkan hutan atau memberikan pendidikan kepada kelompok yang kurang beruntung memiliki dampak positif terhadap perempuan.

Dalam melakukannya, sebisa mungkin - gunakan bahasa donor. Cara sederhana untuk melakukannya adalah dengan mengganti kata yang biasanya Anda gunakan dengan sinonim yang digunakan donor di situs web mereka.

Jika Anda biasanya berbicara tentang perlunya investasi yang berfokus pada perempuan misalnya atau masalah ketidaksetaraan struktural, istilah ini dapat dengan mudah diganti dengan yang biasa digunakan oleh donor, misalnya: *gender lens investing* atau ketidaksetaraan sistemik.

Contoh Kehidupan Nyata: Pentingnya Melakukan Riset terhadap Calon Donor

SukkhaCitta, sebuah perusahaan sosial kecil yang berbasis di Jakarta mulai mendekati produsen mobil multinasional untuk proyek CSR di pedesaan Indonesia. Mereka berhasil mendapatkan pendanaan selama 6 bulan untuk proyek mereka, serta pesanan yang cukup besar untuk pengrajin mereka di Jawa Timur - tanpa kontak atau hubungan sebelumnya dengan perusahaan tersebut.

Berikut rincian bagaimana mereka melakukannya:

Perusahaan sosial mencoba menelusuri **daftar karyawan perusahaan multinasional tersebut di LinkedIn**. Ini memungkinkan mereka untuk melihat orang mana di jaringan mereka sendiri yang memiliki kontak langsung dengan karyawan yang bekerja di sana (lihat Tips Singkat di bagian 3.2).

- Mereka beruntung: Salah satu kenalan yang baru-baru ini mereka hubungi sepertinya mengenal CEO perusahaan multinasional tersebut. Mereka mencoba menginisiasi *meeting* dengan kenalan tersebut, menceritakan tentang proyek tersebut, dan meminta perkenalan hingga alamat surat elektronik/*email*.
- Sebelum menghubungi CEO perusahaan multinasional tersebut, tim SukkhaCitta mencoba mencari tahu lebih dalam tentang perusahaan dan kepemimpinannya - mencari kemungkinan nilai dan peluang bersama:
 - Dari beberapa wawancara CEO, mereka menemukan bahwa CEO tersebut mencoba untuk mengarahkan banyak upaya agar pemasaran perusahaan bisa lebih menarik.
 - Perusahaan tersebut sering menampilkan cerita tentang kepribadian wanita yang menarik di media sosial dan acara *offline* mereka.
- Berdasarkan temuan-temuan ini, tim SukkhaCitta mencoba menuliskan poin berikut untuk diceritakan atau dibahas ketika *meeting*:
 - *Founder* perempuan SukkhaCitta mungkin dapat menjadi pembicara mewakili perusahaan tersebut di acara-acara/ ditampilkan di salah satu video yang diinginkan dengan imbalan biaya yang dapat digunakan untuk mendanai proyek.
 - Selama kontak awal, SukkhaCitta perlu menekankan bahwa 80%+ penerima manfaat dan pelanggannya adalah perempuan.
 - Dari situs web, mereka menyadari bahwa perusahaan tersebut memakai pendekatan yang sangat mirip dengan desain sebagai perusahaan sosial: kombinasi warisan dan tradisi dengan elemen gaya *modern dan edgy*. **SukkhaCitta mencatat kata-kata yang tepat di situs web untuk menggunakannya dalam email pertama ke perusahaan - menunjukkan kesamaan ini.**
- Berbekal pengetahuan ini, tim *partnerships* SukkhaCitta membuat *email* yang ringkas dan terstruktur untuk memperkenalkan proyek dan ide produk hadiah untuk pelanggan perusahaan multinasional tersebut di Indonesia. Mereka kemudian diundang untuk rapat.
- Selama pertemuan pertama, *Founder* perempuan SukkhaCitta datang, berbicara tentang proyek SukkhaCitta dengan kaum perempuan dan basis pelanggan yang didominasi perempuan - banyak di antaranya yang adalah bagian dari target pasar perusahaan tersebut juga.
- Diskusi dilakukan secara terbuka yang kemudian menghasilkan beberapa kesepakatan, yaitu : pendanaan yang cukup besar untuk proyek SukkhaCitta, paparan media melalui video bersama di salah satu komunitas desa dimana SukkhaCitta aktif dan pemesanan *souvenir* perusahaan.
- SukkhaCitta dan perusahaan tersebut tetap menjalin hubungan erat hingga hari ini - mengundang satu sama lain ke acara mereka dan berbagi informasi yang relevan. Mereka kemungkinan akan berkolaborasi lagi pada tahun 2022 atau 2023.

2.3

Ringkasan Bab dan Latihan

Virtual high five dari tim Re.Search karena Anda menyelesaikan bab kedua modul ini. Berikut ringkasan singkat dari apa yang telah kita pelajari:

- Sebelum Anda mulai menulis proposal apa pun, pastikan Anda meluangkan waktu yang cukup untuk mencari tahu lebih dalam mengenai donor tersebut dan jika ada, pelajari secara menyeluruh informasi panggilan proposal (*call for proposal*).
- Tidak mencari tahu lebih dalam tentang donor adalah peluang yang terlewatkan dan potensi pemborosan waktu dan sumber daya organisasi Anda. Anda mungkin menghabiskan waktu berminggu-minggu atau berbulan-bulan untuk mengajukan hibah yang tidak memenuhi syarat, atau Anda membahas hal yang tidak relevan dengan kebutuhan donor.
- Untuk memastikan kelayakan, selalu perhatikan hal-hal berikut:
 - Tujuan hibah
 - Wilayah
 - Jumlah hibah dan periode pendanaan
 - Tenggat waktu
 - Legalitas seperti struktur hukum organisasi yang memenuhi syarat
 - Program dan pengecualian tertentu
 - Batasan Kata
 - Format dan *template* yang diperlukan
- Untuk membuat proposal Anda relevan bagi calon donor, lihat lebih dekat bagian Tentang Kami di situs web mereka, pernyataan visi dan misi mereka, serta *posting-an* blog dan wawancara dengan pemimpin mereka. Perhatikan:
 - Tujuan utama, nilai area fokus, fokus dan bagaimana hal itu berhubungan dengan organisasi Anda.
 - Rencana saat ini dan masa depan.
 - Bahasa yang digunakan oleh donor sehingga Anda dapat menyesuaikan pendekatan Anda dan menggunakan istilah yang lebih sesuai dengan mereka.

Saatnya latihan

- 1 Bersama dengan tim penggalangan dana dan/atau kepemimpinan Anda, renungkan isi bab ini. Apa hal yang menarik bagi Anda? Apa yang Anda setuju dan apa yang tidak Anda setuju? Diskusikan dengan tim Anda.
- 2 Pilih proposal organisasi Anda yang tidak berhasil dalam 12 bulan terakhir. Lihat kembali isi bab ini, apa yang dapat Anda lakukan secara berbeda untuk meningkatkan peluang keberhasilan Anda?



Mari dipraktekkan

Apa dua atau tiga hal baru atau menarik dari bab ini yang akan Anda terapkan di organisasi Anda? Kapan Anda akan melakukannya dan bagaimana caranya? Diskusikan dengan tim Anda dan tuliskan di bawah ini:

Hal baru yang akan diterapkan	Akan seperti apa itu dalam praktiknya? Tindakan apa yang akan saya ambil?

03

Menjangkau dan Membangun Relasi

Tidak semua panggilan untuk proposal bersifat publik. Beberapa organisasi besar hanya membuka kesempatan bagi jaringan mitra mereka atau organisasi yang disaring/direkomendasikan sebelumnya. Dalam kasus tersebut, serta dalam kasus *pitching* proyek kepada individu dan/atau perusahaan atau inisiatif CSR mereka, Anda perlu menjangkau dan membangun relasi terlebih dahulu.

Berikut ini kita akan membahas cara terbaik untuk membuat strategi membangun relasi yang konsisten, bagaimana mengidentifikasi orang yang tepat untuk dihubungi, dan akhirnya bagaimana membangun dan memelihara relasi.

Tips Singkat

Waktu terbaik untuk membangun relasi adalah saat Anda belum membutuhkannya. Jadi pastikan untuk secara teratur mengalokasikan waktu untuk berjejaring.



3.1

Merencanakan Pendekatan Anda

Sebelum kita membahas teknis penjangkauan donor dan membangun/mempertahankan hubungan, inilah saatnya untuk membicarakan pendekatan organisasi Anda dalam hal menghubungi calon donor dan menjaga relasi.

Siapa yang bertanggung jawab untuk hubungan donor?

Meskipun penggalangan dana adalah upaya tim, namun harus ada satu orang atau tim yang bertanggung jawab atas penggalangan dana dan hubungan donor. Ini akan memastikan konsistensi, baik dalam menjangkau prospek baru maupun untuk tetap berhubungan dengan donor yang ada dan berbagi informasi yang relevan dengan mereka.

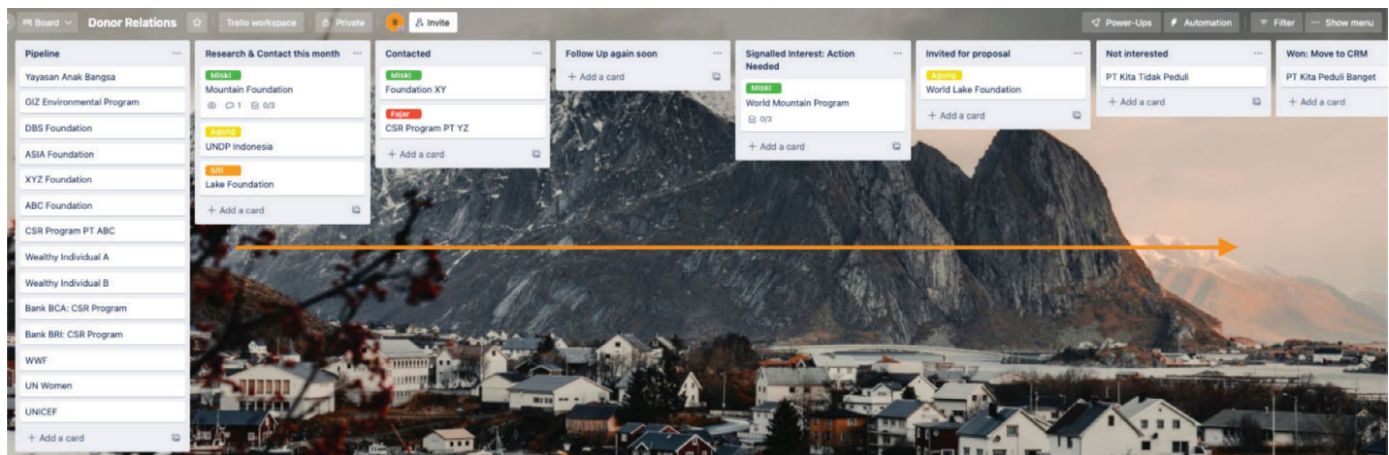
Setelah Anda menunjuk seseorang atau tim untuk tugas tersebut, identifikasi anggota tim yang akan memainkan peran penting dalam proses penulisan proposal, seperti kepala keuangan dan kepala program/tim lapangan.

Sangat penting bahwa anggota tim ini saling mengenal dengan baik dan mengadakan pertemuan bulanan atau triwulanan secara teratur untuk mengkoordinasikan upaya penggalangan dana dan berbagi informasi yang relevan. Dengan cara ini, mereka dapat saling meminta dukungan saat dibutuhkan dan mengkoordinasikan pengiriman dokumen penting secara tepat waktu seperti anggaran, jadwal, dll.

Memetakan Proses Anda: Corong Donor

Dari kontak pertama hingga proposal donasi/hibah yang berhasil, terdapat tahapan yang berbeda untuk setiap hubungan donor dan organisasi nirlaba. Memetakan tahapan-tahapan ini dalam sebuah corong - dari prospek dingin hingga donor berulang - dapat membantu organisasi Anda memvisualisasikan dan melacak upaya penggalangan dana secara efektif.

Dengan menggunakan papan tulis atau bagan *online* interaktif seperti *Trello*, Anda akan melihat tahap apa yang sedang dilalui oleh berbagai prospek, siapa yang bertanggung jawab, dan apa langkah selanjutnya yang harus dilakukan. Selain itu, memvisualisasikan corong memungkinkan Anda mengidentifikasi masalah sejak dini seperti, misalnya, organisasi Anda kehabisan prospek dingin. Corong tahap pertama ini harus selalu terisi dengan baik karena secara realistis hanya sebagian kecil prospek yang akan menjadi donor.



Format atau platform apa pun yang Anda pilih, pastikan itu memungkinkan Anda untuk memperjelas siapa yang bertanggung jawab pada tahap apa setiap calon donor dan juga sebagai pengingat, sehingga Anda dan tim Anda terdorong untuk mengambil tindakan saat waktunya tiba untuk melakukan langkah selanjutnya.

Tips Singkat: Memilih Platform yang Tepat

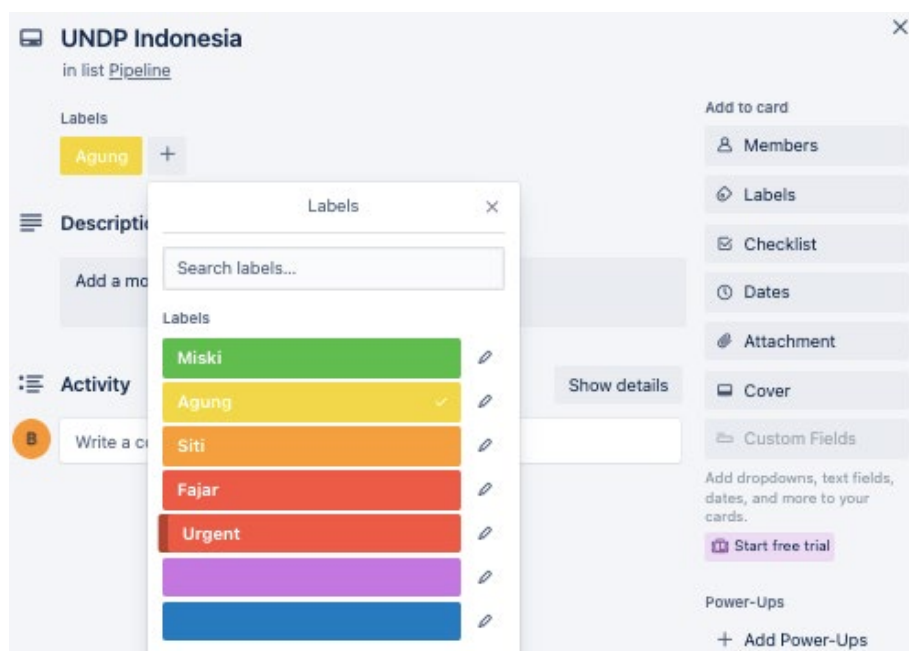
Selain papan tulis dan lembar excel, ada banyak platform yang tersedia saat ini yang memungkinkan Anda untuk melacak prospek dan mengkoordinasikan strategi dengan tim Anda. Banyak juga yang memberikan fitur dasarnya secara gratis.

Beberapa contohnya adalah:

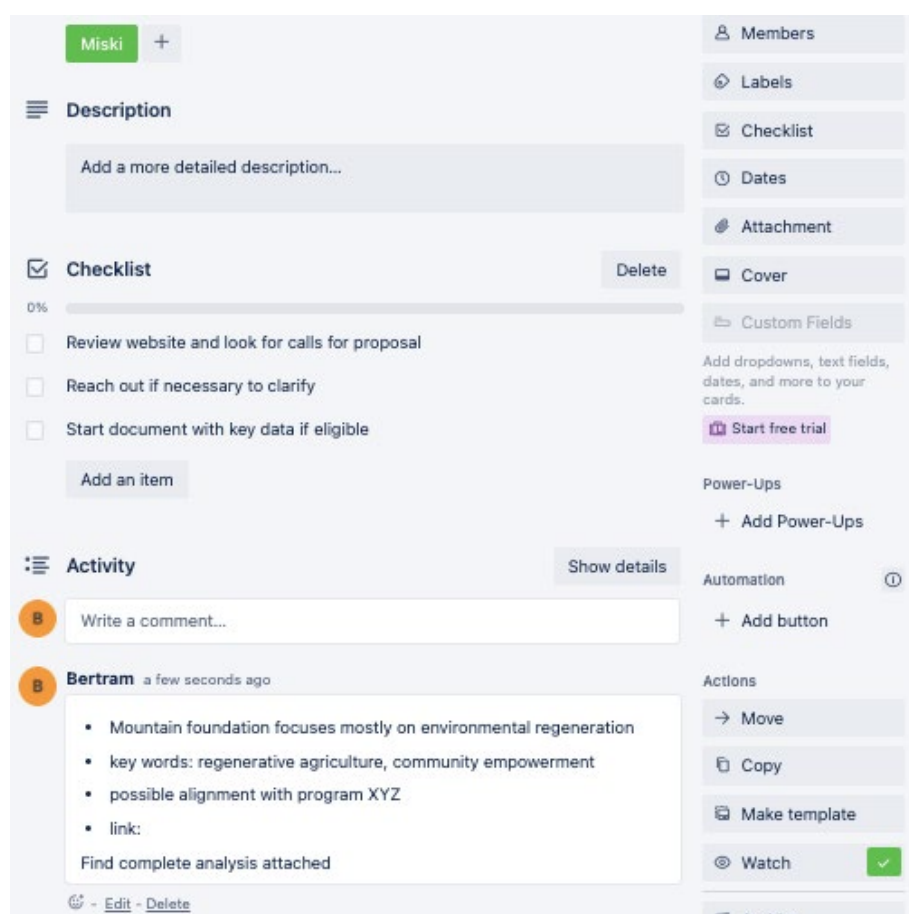
- **Google Spreadsheet:** Cara mudah untuk melacak dan membagikan data donatur dengan tim Anda. Menu tarik-turun sederhana dapat digunakan untuk menetapkan status corong saat ini.
- **Hubspot:** Platform CRM yang juga memungkinkan Anda melacak calon donor dan donor yang sudah ada. Banyak fitur gratis seperti pipelines. [Pelajari lebih lanjut di sini.](#)
- **Trello:** Alat lainnya dengan banyak fitur gratis adalah Trello. Ini memungkinkan Anda untuk mengkoordinasikan tugas dan menetapkan tanggung jawab dengan mudah bersama tim Anda. Untuk tutorial pengantar, [lihat video ini.](#)



Berikut adalah beberapa contoh dari Trello:



Platform seperti Trello memungkinkan Anda menugaskan anggota tim ke calon donor dengan label - memvisualisasikan siapa saja yang bertanggung jawab.



Ketika orang-orang mengklik kartu individu, profil terbuka dimana Anda dapat menuliskan temuan yang relevan selama penelitian donor, langkah selanjutnya, tugas yang harus diselesaikan, mengatur pengingat, melampirkan dokumen dan banyak lagi.

3.2

Berhubungan dengan Orang yang Tepat

Menemukan Kontak yang Tepat

Setelah Anda mengidentifikasi organisasi mitra potensial atau donor yang ingin Anda ajak bekerja sama dan Anda telah melakukan penelitian terlebih dahulu (lihat bagian 2), inilah saatnya untuk menemukan orang yang tepat untuk dihubungi:

Jaringan Pribadi Anda

Tempat terbaik untuk memulai adalah melihat apakah ada orang di dalam organisasi atau jaringan Anda yang kenal dengan prospek Anda. Ini biasanya merupakan rute yang paling menjanjikan karena mereka mungkin dapat merujuk Anda ke orang yang tepat dan bahkan menginisiasi perkenalan – ini dapat juga memberi Anda kredibilitas tambahan.

Media Sosial

Jika pengenalan langsung tidak memungkinkan, media sosial dan jaringan profesional seperti *LinkedIn* adalah sumber lainnya untuk mengidentifikasi orang yang tepat untuk dihubungi. Setelah terkoneksi melalui media sosial, Anda dapat menghubungi mereka melalui email atau langsung melalui *LinkedIn* (lihat contoh di bawah).

Email / Formulir Kontak

Jika Anda tidak juga menemukan orang yang tepat untuk dihubungi, Anda selalu dapat mencoba dan mengirim email – baik ke alamat email umum yang tercantum di situs web organisasi atau dengan mengisi formulir kontak mereka.

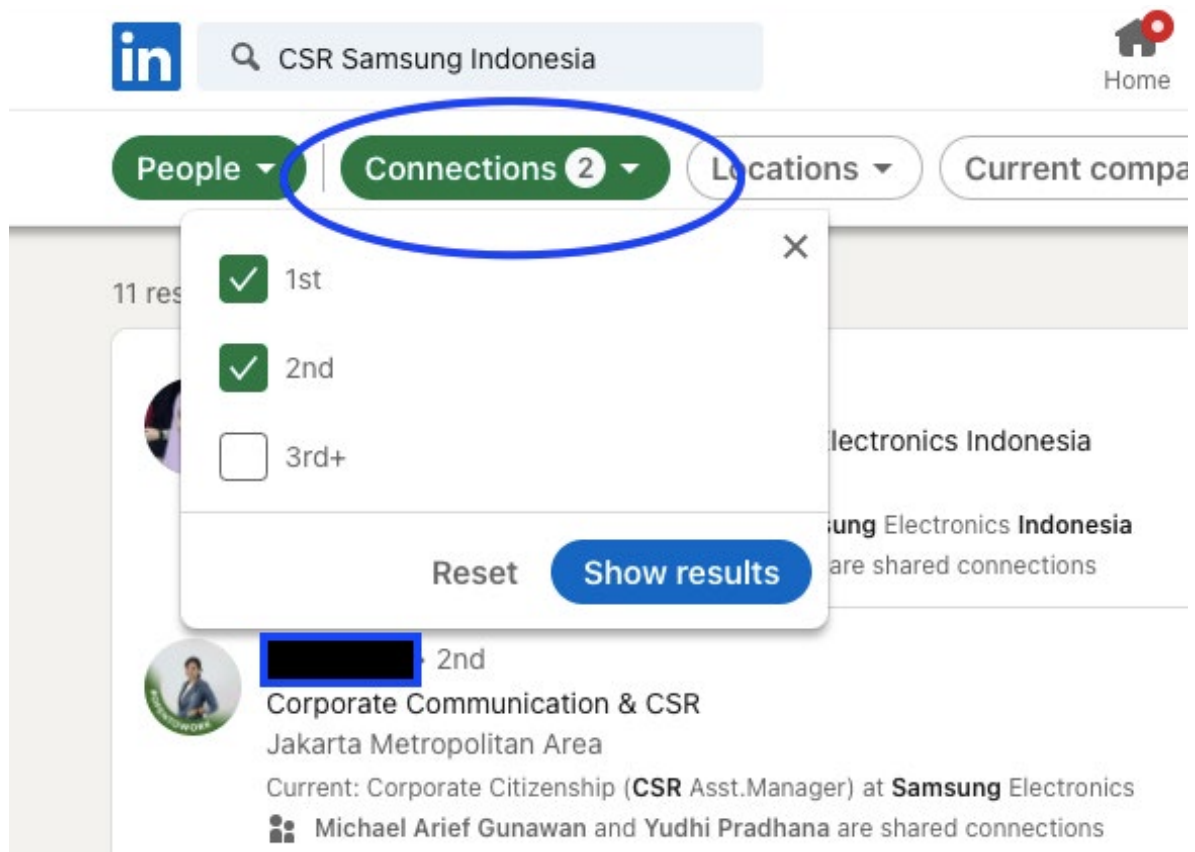
Tips Singkat: Menjangkau Melalui *LinkedIn*

LinkedIn adalah platform yang efektif untuk mencari koneksi ke orang yang tepat. Di sana Anda dapat mencari orang berdasarkan organisasi, lokasi, jabatan dan lainnya. Misalnya, Anda dapat mengetik *CSR Samsung Indonesia* untuk menemukan koneksi yang lebih relevan.

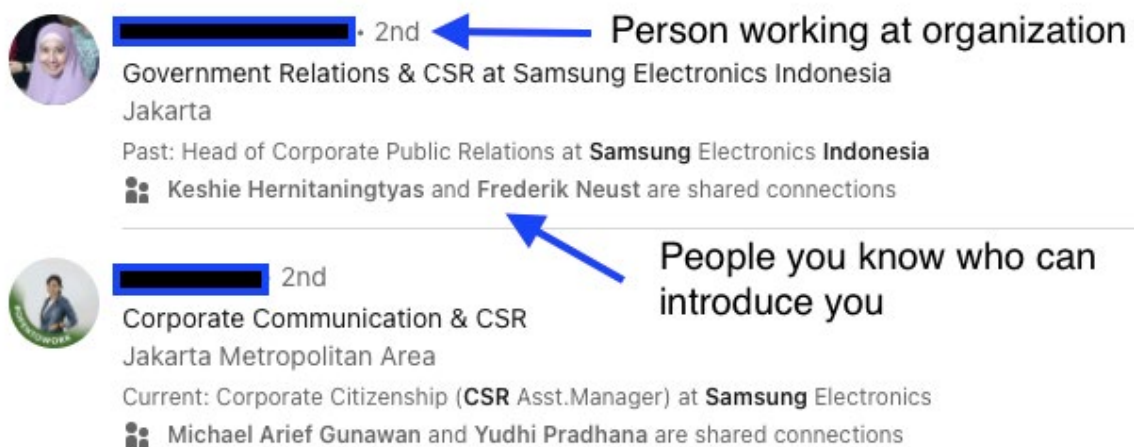
Anda juga dapat menyaring lebih lanjut hasil dengan koneksi Anda ke mereka: Klik tombol “koneksi” dan pilih 1 dan 2 seperti pada contoh di bawah ini

Koneksi pertama atau langsung di *LinkedIn*: Ini akan menunjukkan kepada Anda kontak yang bekerja di bidang CSR di Samsung yang Anda kenal secara pribadi.

Koneksi ke-2 atau tidak langsung di *LinkedIn*: Karyawan Samsung yang diketahui/terhubung dengan seseorang di jaringan Anda di *LinkedIn*.



Dengan kata lain, Anda dapat mengidentifikasi kemungkinan teman/kontak yang bekerja di Samsung atau dapat memperkenalkan Anda kepada seseorang yang mereka kenal di sana.



Membuat Kontak:

Jika Anda ingin menghubungi orang tersebut secara langsung di *LinkedIn* dan melihat alamat *email* mereka, kirim permintaan koneksi dan pastikan untuk SELALU menambahkan pesan pribadi yang memperkenalkan diri Anda dan menyatakan bahwa Anda ingin terhubung.

Idealnya, kita perlu mencoba membangun koneksi terlebih dahulu sebelum membuat permintaan di kemudian hari (ingat, bangun relasi sebelum Anda membutuhkannya!):

Hai [...], ini adalah [...] dari [...]. Kami adalah organisasi nirlaba yang memberdayakan perempuan di desa-desa di Indonesia sekaligus memitigasi perubahan iklim. Saya telah mengikuti organisasi Anda cukup lama dan sangat mengagumi apa yang Anda lakukan. Senang bila bisa terhubung!

Atau jika menurut Anda tidak apa-apa untuk langsung menanyakan, atau Anda merasa membutuhkan dukungan segera, Anda dapat menulis sesuatu yang lebih langsung seperti ini:

Hai [...], ini adalah [...] dari [...]. Kami adalah organisasi nirlaba yang memberdayakan perempuan di desa-desa di Indonesia sekaligus memitigasi perubahan iklim. Kami sedang merencanakan serangkaian acara tentang keberlanjutan di Jakarta pada bulan April/Mei dan ingin [organisasi mereka] menjadi bagian darinya. Akan luar biasa jika kita bisa terhubung!

Langkah Selanjutnya

Setelah orang tersebut menerima permintaan koneksi Anda, pastikan untuk mengirim pesan tindak lanjut. Sekali lagi, jika memungkinkan, cobalah untuk tidak langsung bertanya (pesan yang mendasari: Saya menginginkan sesuatu dari Anda) tetapi katakan sesuatu tentang pekerjaan mereka yang telah menginspirasi Anda, bahwa Anda berharap suatu hari nanti Anda dapat bekerja sama dan bahwa Anda akan ingin tetap berhubungan (pesan yang mendasari: Saya ingin membangun relasi yang saling menguntungkan):

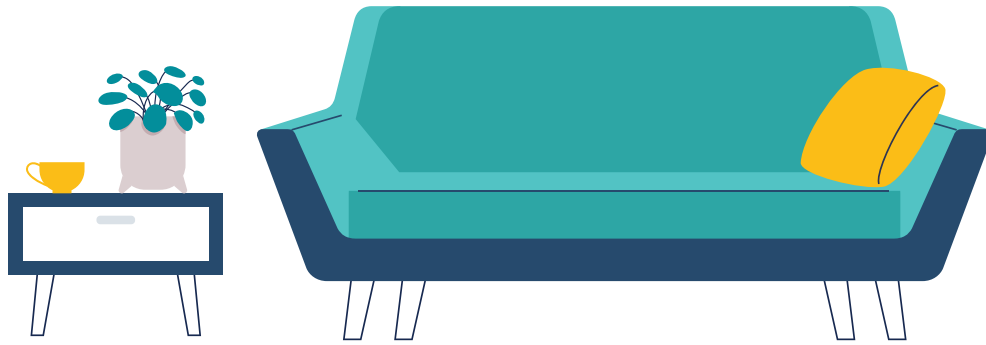
Hai [...], terima kasih telah menerima permintaan kontak saya. Senang bisa terhubung dengan Anda!

Sebelumnya, saya ingin menyampaikan bahwa saya sangat tertarik dan terkesan dengan yang Anda lakukan di [organisasi mereka]. Saya sangat tersentuh dengan posting blog terakhir Anda tentang proyek Anda di [...] dan kisah anak-anak yang organisasi Anda bantu di sana.

Jika Anda ingin mempelajari lebih lanjut tentang apa yang kami lakukan di [organisasi Anda], Anda bisa menonton video singkat ini [atau situs web Anda]. Semoga ke depannya kita bisa bekerja sama.

Sementara itu, jika ada yang bisa saya lakukan untuk Anda, Anda dapat menghubungi saya melalui email: [alamat email Anda].

*Teruslah berkarya,
[Namamu]*



Setelah itu, Anda dapat terus membangun relasi dengan mengirimkan materi dan informasi yang mungkin relevan bagi mereka dan mengomentari *postingan* mereka. Hanya setelah Anda merasa waktunya tepat atau Anda pikir mereka mungkin tertarik, Anda dapat mengambil langkah berikutnya dan mengirim catatan konsep atau membagikan ide Anda melalui email.

Atau, jika dibutuhkan, Anda dapat menulis sesuatu seperti ini:

Hai [...], terima kasih telah menerima permintaan kontak saya. Senang bisa terhubung dengan Anda!

Sebelumnya saya ingin menyampaikan bahwa saya sangat tertarik dan terkesan dengan yang Anda lakukan di [organisasi mereka]. Saya sangat tersentuh dengan posting blog terakhir Anda tentang proyek Anda di [...] dan kisah anak-anak yang organisasi Anda bantu di sana.

Seperti yang saya ceritakan sebelumnya, kami berencana untuk mengadakan pameran tentang aksi iklim di Jakarta bulan depan. Dengan banyaknya perempuan di pedesaan Indonesia yang sudah terkena dampak perubahan iklim, kami merasa penting untuk memulai percakapan di ibu kota tentang apa yang dapat kita lakukan untuk menjadi bagian dari solusi.

Di email ini saya melampirkan proposal kami. Akan sangat baik jika kami mendapatkan kesempatan untuk mendiskusikan hal ini lebih lanjut dengan Anda melalui video call singkat di minggu depan, untuk melihat potensi kolaborasi dengan [organisasi mereka].

Ditunggu kabar baiknya, jika ada yang ingin ditanyakan, Anda dapat menghubungi saya di sini atau di [alamat email Anda]

*Salam,
[Namamu]*

Menjangkau

Setelah informasi yang Anda cari tahu sudah cukup dan Anda sudah mengidentifikasi orang yang tepat untuk Anda hubungi, inilah saatnya untuk menghubungi mereka. Salah satu cara terbaik untuk melakukannya adalah melalui email dengan kondisi seperti berikut:

1 Jika Anda Sudah Tahu Orang yang Tepat untuk Dihubungi

Jika pencarian Anda di LinkedIn (lihat kotak di atas) berhasil atau Anda diberi email oleh kontak di jaringan Anda, Anda dapat menulis email pengantar dengan struktur berikut:

- Salam hangat, menyebutkan siapa yang memperkenalkan Anda atau merujuk koneksi Anda di LinkedIn
- Pengenalan yang sangat singkat tentang diri Anda dan organisasi Anda
- Berbagi tentang apa yang membuat Anda tertarik untuk menjangkau dan proyek apa yang menurut Anda cocok untuk mereka
- Sebutkan bahwa Anda melampirkan catatan konsep dan bahwa Anda ingin memberi tahu mereka lebih banyak selama pertemuan/telepon pribadi
- Tutup dengan akhir yang hangat, dorong mereka untuk menghubungi Anda kapan saja

Contoh 1: Terhubung Melalui LinkedIn

Yang terhormat [nama mereka],

Ini [nama Anda] dari [organisasi Anda]. Kita terhubung beberapa bulan yang lalu di LinkedIn dan saya ingin menginformasikan mengenai proyek baru yang menurut saya bisa menarik untuk [nama organisasi mereka].

Tentang [organisasi Anda] [atau sebagai alternatif, pernyataan singkat, deskriptif, dan menarik tentang pekerjaan Anda seperti: **Memberikan akses pendidikan yang layak bagi anak perempuan**]

Sebagai pengingat singkat, [organisasi Anda] bekerja untuk [deskripsi 2-3 singkat tentang organisasi Anda]

Konsep kerjasama (tawaran kami)

Mengingat fokus organisasi Anda ada pada pemberdayaan perempuan di daerah pedesaan, saya pikir proyek terbaru kami mungkin menarik bagi Anda. Proyek kami [nama proyek] dirancang untuk memberikan anak perempuan akses ke pendidikan online - melalui serangkaian kelas sederhana yang dapat diakses melalui ponsel.

Saya juga telah melampirkan catatan konsep untuk informasi lebih lanjut. Jika Anda tertarik, kita dapat mendiskusikan ide ini melalui call di minggu depan.

Ditunggu kabar baiknya, [nama mereka].

Terima kasih dan salam,

[namamu]

Contoh 2 - Diperkenalkan oleh koneksi bersama

Yang terhormat [nama mereka],

Saya [nama Anda] dari [organisasi Anda]. Saya mendapatkan kontak Anda dari [nama kontak] dari [organisasi kontak]. [nama kontak] telah memberi tahu saya banyak hal tentang pekerjaan Anda dan percaya bahwa proyek terbaru kami tentang pemberdayaan perempuan dapat menarik bagi Anda. Izinkan saya untuk berbagi sedikit lagi:

Tentang [organisasi Anda] [atau sebagai alternatif, pernyataan singkat, deskriptif, dan menarik tentang pekerjaan Anda seperti: **Memberikan akses pendidikan yang layak bagi anak perempuan**]

Sebagai pengingat singkat, [organisasi Anda] bekerja untuk [deskripsi 2-3 singkat tentang organisasi Anda]

Konsep kerjasama (tawaran kami)

Mengingat fokus organisasi Anda ada pada pemberdayaan perempuan di daerah pedesaan, saya pikir proyek terbaru kami mungkin menarik bagi Anda. Proyek kami [nama proyek] dirancang untuk memberikan akses pendidikan online ke anak perempuan melalui serangkaian kelas sederhana yang dapat diakses melalui ponsel.

Saya juga telah melampirkan catatan konsep untuk informasi lebih lanjut. Jika Anda tertarik, kita dapat mendiskusikan ide ini melalui call di minggu depan.

Ditunggu kabar baiknya, [nama mereka].

Terima kasih dan salam,

[namamu]

2 Jika Anda Tidak Tahu Orang yang Tepat untuk Dihubungi

Jika Anda hanya memiliki email umum atau email seseorang yang mungkin bukan pengambil keputusan, Anda dapat mencoba mengirim email seperti berikut:

- Salam hangat, memperkenalkan organisasi Anda dalam satu atau dua kalimat.
- Jelaskan proyek yang sedang Anda kerjakan dalam satu atau dua kalimat dan sebutkan bahwa Anda ingin mengirim catatan konsep jika mereka tertarik.
- Akhiri dengan menanyakan apakah mereka dapat merujuk Anda ke orang yang tepat.

Contoh 3: Email Dingin

Tim [nama organisasi mereka] yang terhormat,

Saya [nama Anda] dari [organisasi Anda]. Kami sangat mengagumi apa yang Organisasi Anda lakukan dalam upaya mengakhiri eksploitasi perempuan di pedesaan Indonesia, dan kami tertarik untuk berdiskusi lebih lanjut untuk mencari tahu potensi kerjasama. Jika berkenan, mungkin Anda dapat merujuk saya ke orang yang tepat untuk dihubungi.

Tentang kami:

[deskripsi singkat 2-3 tentang organisasi Anda]

Bisakah Anda menyampaikan email ini kepada orang yang tepat atau merujuk saya kepadanya? Informasi lebih lanjut mengenai kami dan proyek yang menurut kami menarik bagi organisasi Anda dapat dilihat di bawah ini.

Kami menunggu kabar baik dari Anda.
Terima kasih banyak dan salam,

[namamu]

Tentang [organisasi Anda] [atau sebagai alternatif, pernyataan singkat, deskriptif, dan menarik tentang pekerjaan Anda seperti: **Memberikan akses pendidikan yang layak bagi anak perempuan**]

[3-4 kalimat dan tautan ke situs web]

Konsep kerjasama (tawaran kami)

Mengingat fokus organisasi Anda ada pada pemberdayaan perempuan di daerah pedesaan, kami merasa proyek terbaru kami mungkin akan menarik bagi Anda. Proyek kami [nama proyek] dirancang untuk memberikan akses pendidikan online untuk anak perempuan melalui serangkaian kelas sederhana yang dapat diakses melalui perangkat selular.

Jika Anda tertarik, kami ingin berdiskusi lebih lanjut dan mengirimkan catatan konsep kami kepada Anda.

Kami menunggu kabar baik dari Anda.

Ikuti Terus

Sesuatu yang baik membutuhkan waktu, begitu juga relasi jangka panjang. Tidak jarang juga ada jeda beberapa bulan setelah email pertama Anda dengan meeting pertama. Email yang tidak dijawab bukan berarti organisasi atau individu tersebut tidak tertarik; mereka mungkin terlalu sibuk untuk menghubungi Anda kembali.

Itulah mengapa penting untuk menyiapkan sistem yang mengingatkan Anda untuk sesekali menindaklanjuti. Dua hingga tiga email tindak lanjut dengan dua hingga tiga minggu di antaranya biasanya masih umum.

Jika Anda belum menerima balasan setelah tindak lanjut ketiga, saatnya mencari orang lain untuk dihubungi di dalam organisasi tersebut.

Atau, Anda dapat memindahkan organisasi kembali ke awal corong penjangkauan Anda (lihat bagian 3.1) sehingga Anda dapat menghubungi mereka lagi di masa mendatang. Mungkin saat itu Anda akan memiliki proyek yang tepat untuk mereka atau mungkin waktu yang lebih baik bagi organisasi untuk bekerja dengan Anda.

Pertemuan atau Panggilan Pertama

■ Persiapan adalah Kunci

Agar pertemuan atau *meeting* pertama berjalan dengan sukses, persiapan adalah kuncinya. Pastikan Anda tahu dengan siapa Anda bertemu dan cari tahu juga latar belakang mereka. Cari wawancara yang pernah mereka lakukan, artikel yang mereka tulis, dan lihat profil LinkedIn mereka. Catat proyek apa pun yang sedang dikerjakan orang tersebut, hal-hal yang tampaknya mereka pedulikan, dari mana asalnya, dll.

Kemudian gunakan informasi ini untuk mempersiapkan poin pembicaraan yang relevan untuk pertemuan tersebut dan cara terbaik untuk mempresentasikan pekerjaan Anda kepada mereka. Mulai dari obrolan ringan (misalnya proyek organisasi Anda di area tempat prospek dibesarkan) hingga melontarkan ide (menggunakan kata kunci yang relevan dengan rencana strategis terbaru organisasi atau penelitian dan data yang mungkin relevan dengan pekerjaan mereka).

■ Fokus membangun Koneksi

Harap dicatat bahwa Anda tidak harus melalui semua hal dalam daftar Anda. Kuncinya adalah mempersiapkan diri dengan baik dan kemudian mengikuti arus. Fokus pada membuat hubungan manusiawi dengan mengajukan pertanyaan tentang orang tersebut, dan apa yang memotivasi mereka untuk melakukan pekerjaan yang mereka lakukan, dan dengan membagikan motivasi pribadi Anda dan mengapa Anda sangat peduli dengan tujuan Anda.

■ Bagikan Kisah Sukses

Jika memungkinkan, akhiri pertemuan dengan membagikan kisah sukses singkat dari salah satu penerima manfaat Anda - menggunakan kerangka cerita bagian 2. Dalam melakukannya, pastikan untuk membagikan fotonya atau menunjukkan video pendek.

■ Mengakhiri Pertemuan dengan Sebuah Tanya

Kemudian, ketika pertemuan mencapai akhir yang wajar dan belum muncul ketertarikan, tanyakan apakah mereka tertarik untuk bekerja sama dan apa langkah terbaik selanjutnya.

Sekalipun jawabannya tidak, ucapkan terima kasih atas waktunya dan tanyakan apakah mereka dapat merujuk Anda ke organisasi lain yang mungkin lebih cocok.

3.3

Mengelola dan Menjaga Hubungan

Membangun hubungan yang langgeng membutuhkan waktu. Jadi, pastikan untuk tetap berhubungan dekat dengan jaringan Anda dari donor masa lalu dan calon donor.

Berikut adalah beberapa tips tentang bagaimana Anda dapat melakukan ini dengan mudah:

Tetap Terhubung

Meskipun mereka belum menyumbang atau belum memberikan kontribusi dalam beberapa saat, tetap berhubungan dengan jaringan Anda secara pribadi, kirimkan informasi yang relevan seperti artikel, video, atau *postingan* media sosial yang mungkin mereka minati atau ajakan untuk minum kopi bersama (jika sesuai dan sejalan dengan kebijakan organisasi/donor Anda).

Gunakan CRM untuk Melacak

CRM seperti Hubspot atau Zoho CRM memungkinkan Anda melacak interaksi Anda dengan (calon) donor. Anda dapat membuat catatan tentang percakapan yang Anda lakukan, mengatur pengingat untuk ulang tahun mereka, berapa banyak yang telah mereka sumbangkan, untuk proyek mana, dll.

Ini akan memudahkan Anda untuk tetap berhubungan dan berbagi informasi yang relevan dengan mereka/membuat mereka merasa bernilai.

Undang jaringan Anda ke acara/ melihat dampak secara langsung

Cara sederhana untuk tetap terhubung adalah dengan mengundang jaringan (calon) donor ke acara organisasi Anda, terutama jika mereka bisa mendapatkan kesempatan untuk bertemu dan berinteraksi dengan penerima manfaat yang hidupnya telah mereka sentuh. Jika memungkinkan, Anda juga dapat mengatur kunjungan lapangan ke proyek-proyek yang mereka minati untuk didukung/didukung di masa lalu sehingga mereka dapat melihat pekerjaan Anda secara langsung.

Bermurah hati dengan jaringan

Setiap kali Anda berpikir bahwa dua orang di dalam jaringan Anda harus berhubungan, tawarkan untuk mengatur perkenalan jika dirasa pantas. Bahkan jika itu tidak menghasilkan proyek atau peluang besar, kedua belah pihak kemungkinan akan menghargai perkenalan tersebut.

Tip Singkat

Seperti yang telah kita bahas di bagian 3.1, pastikan untuk menugaskan orang atau tim yang berdedikasi untuk menangani hal ini untuk memastikan konsistensi dalam hubungan donor organisasi Anda.



3.4

Ringkasan Bab dan Latihan

Virtual high five dari tim Re.Search karena Anda menyelesaikan bab ketiga modul ini. Berikut ringkasan singkat dari apa yang telah kita pelajari:

- Waktu terbaik untuk membangun hubungan dan menjangkau pendonor potensial adalah saat Anda belum membutuhkannya.
- Pastikan Anda memiliki orang atau tim yang berdedikasi yang bertanggung jawab atas penjangkauan dan hubungan donor untuk memastikan konsistensi dalam dua bidang penting ini.
- Gunakan corong untuk memvisualisasikan dan merencanakan upaya penjangkauan Anda.
- Pastikan untuk mengerjakan pekerjaan rumah Anda sebelum menghubungi atau melakukan pertemuan pertama dengan calon donor. Luangkan waktu untuk memahami bidang fokus mereka, proyek mereka saat ini, dan identifikasi bagaimana organisasi Anda dapat menyesuaikan diri dengan program mereka.
- Setelah prospek menjadi donor, pastikan untuk tetap berhubungan dengan mereka, bagikan pembaruan yang relevan, dan buat mereka tetap terlibat. Sistem CRM seperti Hubspot dapat membantu dalam hal ini.

Mengujinya

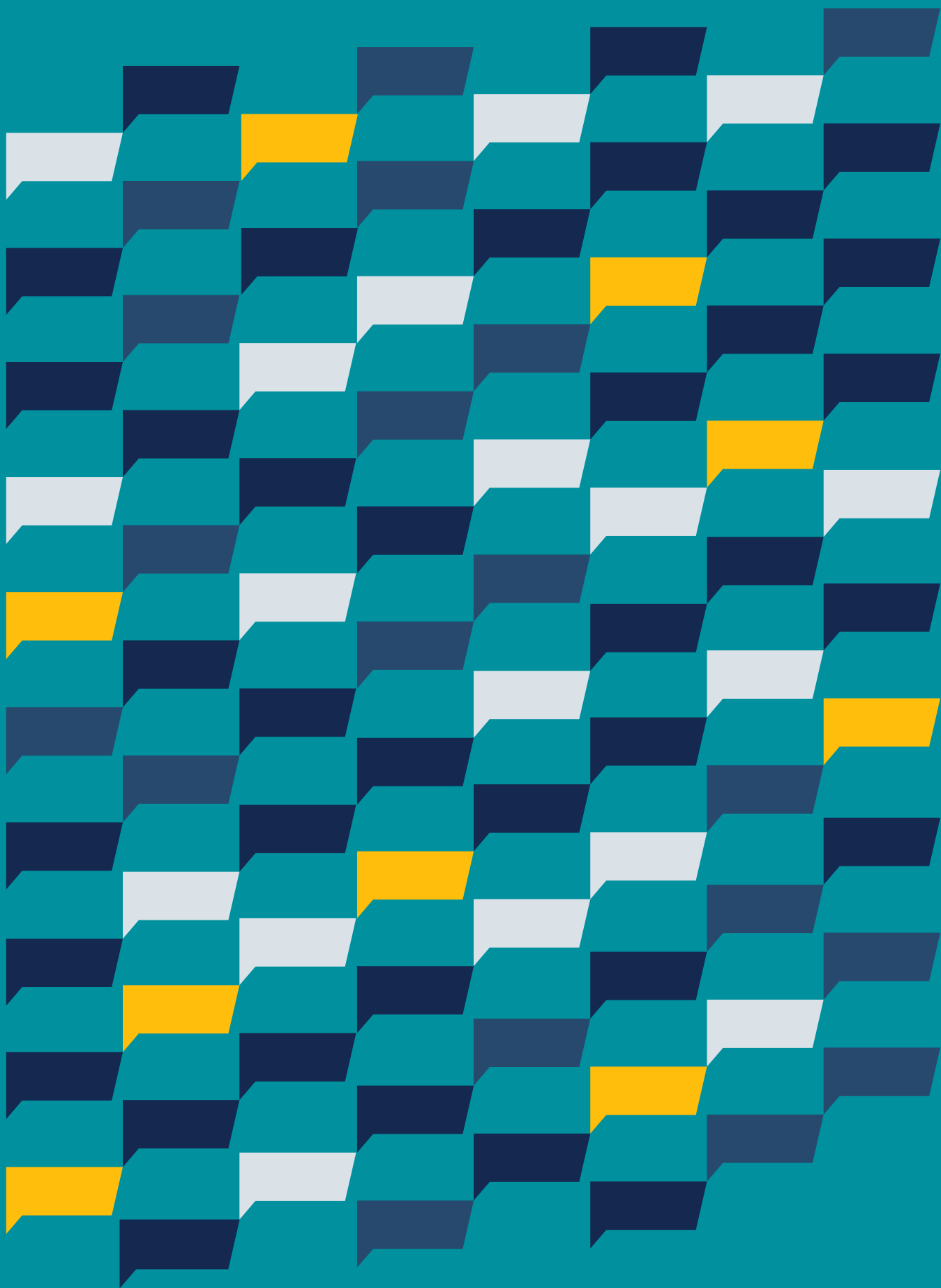
- 1 Bersama dengan tim penggalangan dana dan/atau kepemimpinan Anda, renungkan isi bab ini. Apa yang menurut Anda paling menarik atau berwawasan luas? Bagikan pemikiran Anda dengan tim Anda.
- 2 Pikirkan salah satu donor Anda yang paling setia. Bagaimana Anda membuat mereka bekerja dengan organisasi Anda dan bagaimana Anda mengelola hubungan dengan mereka sehingga mereka terus ingin mendukung Anda?
- 3 Sekarang pikirkan tentang seorang donor yang mungkin pernah mendukung Anda tetapi kemudian berhenti bekerja dengan Anda. Apakah ada sesuatu yang dapat Anda lakukan secara berbeda untuk mengelola hubungan dengan lebih baik dan membuatnya bertahan lama?

Membuatnya Terjadi

Apa dua atau tiga wawasan dari bab ini yang akan Anda terapkan di organisasi Anda? Kapan Anda akan melakukannya dan bagaimana caranya? Diskusikan dengan tim Anda dan tuliskan di bawah ini:

Wawasan yang akan Anda terapkan	Apa yang akan terlihat seperti ini dalam praktik? Tindakan apa yang akan Anda ambil?





BAGIAN 2

Menulis Proposal



01

Bersiap: Bersiap untuk Menceritakan Kisah Anda

Meskipun setiap aplikasi hibah dan proposal akan berbeda, ini dapat menghemat banyak waktu Anda dan organisasi Anda untuk membuat beberapa dokumen dasar dan alur cerita yang dapat Anda gunakan berulang kali dengan sedikit penyesuaian.

Berikut ini, kita akan membahas dasar-dasar penceritaan yang berdampak, meninjau pernyataan visi dan misi Anda, dan menyusun Teori Perubahan (ToC) yang kuat untuk mengkomunikasikan pekerjaan Anda dan masalah yang Anda pecahkan.

1.1

Kerangka Sederhana untuk Membuat Kisah yang Menarik

Mengapa Mendongeng Itu Penting

Baik Anda menulis proposal hibah formal kepada lembaga donor atau mencoba meyakinkan perusahaan/individu untuk memberikan donasi, Anda harus dapat mengkomunikasikan pekerjaan Anda dan mengapa itu penting dengan cara yang mudah dan meyakinkan.

Salah satu cara paling ampuh untuk melakukannya adalah melalui mendongeng. Sementara angka dan temuan penelitian memiliki tempat dalam penggalangan dana dan penulisan hibah, mereka juga mudah dilupakan. Cerita di sisi lain membuat pekerjaan Anda mudah diingat dalam terhubung dengan orang lain. Jika diceritakan secara tepat, mereka dapat menarik perhatian orang dan menciptakan keinginan untuk mendukung tujuan Anda.



Tentang Apa Cerita Anda?

Setiap proposal membutuhkan pesan inti yang menarik, tema utama di mana Anda menenun seluruh tulisan Anda. Pesan ini harus menjelaskan mengapa proyek atau pekerjaan organisasi Anda penting, unik dan layak mendapatkan dukungan donor, dan cukup berkesan bagi siapa pun yang membaca proposal Anda untuk mengulanginya kepada orang lain.

Dengan kata lain, sebelum kita mulai menulis, kita perlu mendefinisikan satu hal yang Anda ingin pembaca ingat dan lakukan.

Ini bisa berupa melatih perempuan pedesaan dalam keterampilan kerajinan sehingga mereka dapat memperoleh penghasilan yang lebih baik saat bekerja dari rumah, atau mengubah lahan bekas tambang yang rusak menjadi hutan masyarakat yang rimbun (lihat contoh catatan konsep di bagian 2.4).

Setelah Anda mengidentifikasi satu ide yang Anda ingin pembaca ingat – idealnya sesuatu yang sejalan dengan tujuan pendanaan donor (lihat Bagian 1, bagian 2 tentang Riset Donor) – Anda dapat mulai menyusun proposal Anda.

Cara Membuat Cerita Anda

Sekarang setelah Anda mengidentifikasi pesan utama, Anda dapat mulai menyusun proposal Anda. Kerangka mendasar berikut dapat membantu Anda membuat struktur yang kuat serta memasukkan cerita pribadi dari komunitas Anda untuk membuat tulisan Anda lebih berkesan.

Karakter Utama

Ini adalah komunitas/kelompok orang yang terkena dampak langsung dari pekerjaan organisasi Anda. Beritahu donor tentang situasi mereka: di mana mereka tinggal, apa yang mereka lakukan, siapa mereka, apa yang mereka inginkan, dan apa yang mereka khawatirkan?

Untuk lembaga-lembaga donor mungkin lebih tepat menggunakan kelompok penerima manfaat sebagai karakter utama Anda. Untuk perusahaan atau donor individu, menggunakan satu individu tertentu mungkin lebih berdampak. Ikuti intuisi dan pengalaman Anda untuk menentukan pendekatan mana yang terbaik untuk proposal yang Anda tulis.

Masalah-Masalah

Apa yang dihadapi kelompok ini? Konflik atau ketidakadilan seperti apa yang harus mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana pengaruhnya terhadap mereka? Apakah kurangnya akses ke pendidikan atau kekerasan fisik? Tidak ada akses langsung ke pasar yang adil untuk produk mereka atau faktor lingkungan seperti perubahan iklim yang membahayakan mata pencaharian mereka?



Perjuangan

Ilustrasikan bagaimana donatur bersama organisasi Anda akan membantu tokoh utama mengatasi tantangan ini. Di sinilah Anda menyebutkan pendekatan Anda: Memberikan beasiswa kepada perempuan muda, menanam hutan pangan di daerah yang dilanda kelaparan, atau menciptakan eksposur bagi seniman muda agar lebih dikenal oleh masyarakat.



A Better World Arises

Akhiri cerita Anda dengan membagikan bagaimana organisasi Anda telah menciptakan dampak yang terukur, atau setidaknya, dampak seperti apa yang Anda harapkan dari dukungan donor terhadap orang-orang yang Anda layani. Anda harus menunjukkan bahwa sementara banyak pekerjaan yang perlu dilakukan, ada harapan untuk masa depan yang lebih baik.

1.2

Cara Menggunakan Kerangka

Menggunakan Kerangka Bercerita sebagai Struktur Dasar untuk Proposal Anda

Kerangka kerja yang diuraikan di atas dapat menginformasikan struktur dasar seluruh proposal Anda:

1. Anda mulai dengan beberapa informasi latar belakang tentang komunitas yang Anda layani dan tantangan seperti apa yang mereka hadapi.
2. Kemudian Anda memperkenalkan proyek Anda untuk membantu mengatasi tantangan ini.
3. Jelaskan dampak jangka panjang seperti apa yang akan dihasilkan proyek Anda berkat dukungan penyandang dana (tujuan dampak jangka panjang dan narasi anggaran).

Menceritakan Kisah Pribadi

Untuk membuat proposal Anda lebih berkesan, Anda juga dapat menggunakan kerangka kerja di atas untuk memasukkan cerita pribadi ke dalam proposal Anda. Ceritakan tentang bagaimana individu (atau kelompok) menghadapi kesulitan dan sekarang bekerja sama dengan Anda untuk mengatasinya, atau bagaimana beberapa dari mereka telah mengatasinya berkat program Anda sebelumnya yang sekarang Anda harapkan untuk ditingkatkan.

Dalam menyatukan elemen, pastikan untuk memotret penerima manfaat dari pekerjaan Anda sebagai protagonis aktif. Mereka tidak hanya menerima modul tetapi secara aktif terlibat dalam membangun masa depan yang lebih baik bagi diri mereka sendiri dan komunitas mereka.

Bila memungkinkan atau sesuai, sertakan detail dan kata sifat yang relevan sehingga calon donor dapat benar-benar membayangkan seperti apa kehidupan di komunitas yang Anda layani. Terakhir, pastikan untuk benar-benar menjelaskan bagaimana hidup akan menjadi lebih baik berkat kontribusi mereka.

Daripada menyatakan angka-angka abstrak tentang perubahan pendapatan, atau pengurangan penggunaan air, atau emisi rumah kaca, jelaskan apa arti dari angka-angka ini. Penghasilan tambahan apa yang akan mereka lakukan dan apa saja yang dapat dilakukan dengan adanya peningkatan penghasilan (seperti memberi makan anak-anak mereka, menyekolahkan anak-anak mereka, melindungi lingkungan mereka dari kehancuran, dll.)?

Contoh Mendongeng

Contoh berikut diambil dari proposal yang ditulis oleh sebuah yayasan di jaringan Re.Search untuk meningkatkan proyek pertanian organik mereka di Jawa Timur. Itu digunakan untuk menggambarkan dampak dari proyek percontohan awal:

Bu Kartini adalah salah satu petani di perkebunan coklat organik kami di Desa Harapan, Jawa Timur. Sebagai satu-satunya pencari nafkah. Tanah yang memburuk, hama dan suhu yang meningkat membuatnya semakin sulit untuk menyediakan makanan di atas meja:

“Hanya beberapa tahun yang lalu, hidup saya terasa seperti perjuangan sehari-hari. Saya akan berada di kebun selama sehari-hari, punggung saya sakit karena kerja keras, kulit saya terbakar matahari yang terik. Namun serangga dan cacing terus menggerogoti tanaman saya. Berkali-kali saya ingin menyerah, tapi bagaimana bisa? Saya punya 3 anak yang harus diurus.

Pada tahun 2020, saya mengikuti lokakarya XYZ Foundation tentang pertanian organik. Awalnya saya ragu, tapi hari ini panen saya 6 kali lipat dari biasanya. Saya merasakan harapan baru untuk masa depan. Dan saya bangga bisa mewariskan pertanian ini kepada anak-anak saya nantinya.”





Siapa Pahlawan dalam Cerita Anda?



Saat menyusun cerita Anda, siapa yang harus menjadi pahlawan? Ini adalah pertanyaan penting dan rumit, karena dapat dikatakan bahwa seharusnya jawabannya adalah organisasi Anda atau penerima manfaat. Namun dari perspektif penggalangan dana, cerita yang paling efektif adalah cerita yang membuat calon donor mengambil tindakan.

Dan cara terbaik untuk melakukannya adalah membiarkan mereka melihat diri mereka sendiri dalam peran pahlawan. Bagaimana kamu melakukannya? Dengan menyoroti bagaimana pekerjaan dan kontribusi berharga mereka yang akan membuat semua ini menjadi mungkin.

Alih-alih mengatakan sesuatu seperti ini:

Melalui proyek ini kami akan meningkatkan kapasitas lokal kelompok perempuan dan meningkatkan status sosial ekonomi mereka dalam masyarakat.

Bingkai itu di dampak kontribusi mereka:

Dengan dukungan murah hati Anda, kami akan melatih 20 wanita dan memberi mereka alat untuk memulai bisnis mereka sendiri. Bersama Anda, kami dapat memastikan bahwa wanita seperti [sertakan nama penerima manfaat yang fotonya ditampilkan dalam proposal Anda] akan memiliki alat untuk mengambil pilihan hidup yang lebih baik dan membangun masa depan yang lebih baik bagi anak-anaknya.

Di Mana Menggunakan Kisah Pribadi dalam Proposal Anda

Proposal Terbuka

Dalam panggilan terbuka yang tidak memaksakan pertanyaan spesifik atau struktur tertentu untuk proposal Anda, ada banyak cara untuk memasukkan kisah penerima manfaat Anda. Cara yang bagus untuk melakukannya adalah membuat kotak teks yang berdiri sendiri dengan gambar salah satu orang yang Anda layani dan kisah pribadi mereka.

Atau, cerita tersebut dapat menjadi sub bagian dari bab dampak (misalnya pada Mengapa itu penting?) atau – jika pekerjaan Anda baru saja dimulai – bagian dari proposal Anda yang menjelaskan masalah (misalnya “Realitas Hidup di Desa Harapan”).



The pandemic left women in Indonesia's villages more vulnerable

In addition to homeschooling their kids, many women had to step up and become the family's primary breadwinner.

Yet with limited education, their options are few – forcing them to take on whatever work they could find, at wages that are barely enough to feed their children.

*"My husband and I lost our jobs in March 2019. I occasionally got work from a small factory - making simple dresses at a few cents a piece. I worked from morning to evening and barely dared to go to the bathroom. **Because if I did not meet my quota, I would not get work the next day.**"*

- Ibu Yuni, Tegal Kertha Village

Contoh cerita pribadi dari catatan konsep tentang membangun kembali lebih baik dengan menyediakan pendidikan gratis untuk wanita di last mile Indonesia.

Proposal dengan Kuesioner

Dalam kasus panggilan proposal yang lebih terstruktur di mana Anda harus melalui daftar pertanyaan, Anda dapat membagikan cerita Anda dalam pertanyaan yang menanyakan tentang model dampak Anda atau jenis dampak yang telah Anda capai sejauh ini. Masukkan data ke dalam konteks dengan menyematkannya ke dalam alur cerita organisasi Anda.

Terakhir, Anda dapat mengunggah cerita tentang pekerjaan dan penerima manfaat Anda ke situs web Anda dan menautkannya ke dalam aplikasi Anda. ("Untuk mempelajari lebih lanjut tentang pekerjaan kami dan jenis dampak yang Anda izinkan untuk kami buat, klik di sini"). Pastikan untuk menyertakan gambar dan video yang relevan di situs web Anda untuk membuat cerita Anda lebih berdampak.

Kesalahan dan Pertanyaan Umum Mendongeng

Menggunakan Data Tanpa Banyak Konteks

Kapan pun Anda menggunakan fakta dan angka, pastikan bahwa sangat mudah bagi pembaca untuk memahami apa artinya dan mengapa itu penting.

Daripada mengatakan:

Seperti yang ditunjukkan dalam penelitian sosio-ekonomi yang ekstensif oleh Kahn et al. (2001), partisipasi sekolah anak perempuan di wilayah ini masih di bawah 80%. Hal ini menimbulkan tantangan yang signifikan bagi pembangunan inklusif gender di seluruh negeri. Tahini beruntung, karena dia bisa belajar menulis dan membaca melalui program kami.

Jelaskan apa artinya:

Angka partisipasi sekolah anak perempuan di wilayah ini masih di bawah 80% (Kahn et al. 2001). Meskipun ini mungkin terlihat seperti kemajuan, ini juga berarti bahwa 1 dari 5 anak perempuan masih belum memiliki akses ke pendidikan. Gadis-gadis seperti Tahini tidak memiliki kesempatan untuk menjalani kehidupan yang ditentukan sendiri sampai dia bergabung dengan program kami 2 tahun yang lalu dan belajar membaca dan menulis.

Hari ini, dia menjalankan toko rotinya sendiri yang mempekerjakan 5 wanita. Ini adalah kekuatan untuk menyediakan pendidikan bagi anak perempuan. Bantu kami mendukung capaian angka partisipasi sekolah anak perempuan hingga 100%.

Penggunaan Jargon yang Berlebihan

Sementara jargon dan istilah ilmiah tertentu memiliki tempatnya masing-masing, cobalah untuk membuat proposal Anda sesederhana dan semudah mungkin dipahami. Seperti yang telah dijelaskan di atas, jangan pernah menulis untuk mengesankan tetapi untuk dipahami. Gunakan jargon secukupnya.

Tidak Menggunakan Gambar dan Video

Bila memungkinkan, sertakan gambar penerima manfaat Anda dalam proposal Anda dan/atau *link* ke video dimana mereka dapat menceritakan kisah mereka. Tidak peduli seberapa bagus cerita kita, gambar atau video yang kuat akan menampilkan masalah secara lebih nyata dan memicu respons emosional yang lebih kuat pada pembaca - membuatnya lebih mungkin untuk mendukung tujuan Anda.

Bagaimana Jika Kita Belum Memiliki Cerita yang Kuat untuk Diceritakan?

Jawaban sederhananya: Pergilah dan temukan satu. Bicaralah dengan tim lapangan Anda atau kunjungi orang-orang yang mendapat manfaat dari pekerjaan Anda, penerima manfaat Anda, secara langsung. Luangkan waktu untuk mengenal mereka dan setelah mereka mulai akrab dengan Anda, tanyakan bagaimana persepsi mereka tentang bekerja dengan organisasi Anda.

Pastikan untuk mengumpulkan cerita mereka, membagikannya dengan tim Anda, dan memperbaruinya secara teratur. Idealnya, Anda memiliki setidaknya 2-3 cerita penerima manfaat yang kuat per area fokus pekerjaan Anda.

Fokus Kami Adalah Lingkungan dan Tidak Harus pada Pemberdayaan Masyarakat. Cerita Seperti Apa yang Harus Kita Gunakan?

Untuk tujuan lingkungan, Anda masih dapat menggunakan kerangka bercerita yang diuraikan di atas. Pahlawan atau karakter utama adalah hewan yang terancam, orang-orang yang merasakan akibatnya, atau bumi kita pada umumnya. Masalahnya (atau penjahatnya) adalah apa yang mendorong kerusakan lingkungan.

Dalam menceritakan kisah, pastikan sangat jelas bagi pembaca seperti apa dunia dimana dia tidak mengambil tindakan dan apa artinya.

Untuk memasukkan kisah pribadi, Anda dapat menyertakan komunitas yang sudah terpengaruh oleh masalah lingkungan yang ingin Anda pecahkan atau membagikan kisah orang-orang yang mencoba membuat perbedaan, apa yang memotivasi mereka dan bagaimana mereka bekerja sebagai bagian dari keseluruhan untuk membuat perbedaan.

■ Apakah Menggunakan Cerita Individu Selalu Tepat?

Apakah penggunaan cerita individu sesuai/efektif tergantung pada organisasi yang Anda dekati. Beberapa orang mungkin melihatnya sebagai tidak ilmiah/tidak relevan. Jika Anda khawatir tentang itu, ceritakan dampak dan perubahan yang terjadi sebagai hasil dari pekerjaan Anda di tingkat komunitas.

Namun, khususnya untuk donor individu dan proyek CSR, cerita individu adalah alat yang ampuh untuk mendapatkan dana. Gunakan intuisi dan penilaian terbaik Anda untuk memutuskan jenis cerita mana yang akan disertakan dalam proposal Anda.

1.3

Meninjau Pernyataan Misi Anda

Pernyataan misi Anda menjelaskan mengapa organisasi Anda ada, siapa yang Anda layani dan bagaimana Anda melayani mereka. Itu harus mudah dipahami dan sangat mudah diingat, sehingga orang-orang segera memahami organisasi Anda dan dapat menjelaskannya kepada orang lain.

Oleh karena itu, pernyataan misi yang kuat dan ringkas dapat menjadi pembeda utama dalam menulis proposal yang unggul. Sebelum pengajuan Anda berikutnya, pastikan untuk meluangkan waktu dengan tim kepemimpinan Anda untuk meninjau dan – jika perlu menyesuaikan – pernyataan misi Anda menggunakan pedoman berikut:

Karakteristik Pernyataan Misi yang Kuat

■ Ringkas, mudah diingat dan menginspirasi

Idealnya pernyataan misi Anda tidak boleh lebih dari satu kalimat. Hindari kata-kata kunci atau jargon dan sebagai gantinya pastikan itu mengkomunikasikan tujuan organisasi Anda dengan jelas.

■ Identifikasi di mana Anda bekerja dan siapa yang Anda layani

Di mana Anda aktif dan siapa (atau apa) yang Anda layani?

■ Mencakup tujuan yang jelas/hasil yang terukur

Seperti apa kesuksesan bagi organisasi Anda? Dunia seperti apa yang akan tercipta jika Anda berhasil?

■ Sertakan kata kerja

Sertakan kata kerja untuk menggambarkan tindakan yang diambil organisasi Anda.

Contoh yang Dibuat dengan Baik:

Mencari inspirasi? Berikut adalah beberapa contoh kuat dari organisasi nirlaba di seluruh dunia:

**“Menyediakan air minum yang bersih dan aman untuk orang-orang di negara berkembang”-
- Amal: Air**

Apa yang membuatnya bagus:

- Jelas dan ringkas
- Spesifik
- Mudah dimengerti

“Bright Pink membantu menyelamatkan dunia dari kanker payudara dan ovarium dengan memberdayakan wanita untuk mengetahui risiko dan mengelola kesehatan mereka secara proaktif.”

- Bright Pink

Apa yang membuatnya bagus:

- Menarik dan jelas (menyelamatkan dunia)
- Menjelaskan perubahan yang akan timbul

“Heifer International bekerja dengan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan, memperbaiki gizi anak, merawat bumi, dan pada akhirnya mengakhiri kelaparan dan kemiskinan dunia.”

- Heifer International

Apa yang membuatnya bagus:

- Agak panjang tapi masih jelas
- Menjelaskan perubahan yang akan timbul

“Watts of Love adalah global yang memberikan penerangan bagi orang-orang agar memiliki kekuatan untuk bangkit dari kegelapan kemiskinan.”

- Watts of Love

Apa yang membuatnya bagus:

- Mudah diingat karena menggunakan citra yang kuat (kegelapan kemiskinan)
- Menghadirkan penerima manfaat dalam peran aktif dan berdaya



1.4

Mengklarifikasi Teori Perubahan Anda

Apa Teori Perubahan (*Theory of Change* :ToC) atau kerangka kerja logis organisasi Anda? Apakah Anda memilikinya? Jika ya, apakah Anda dapat menjelaskannya dengan baik. Jika Anda tidak yakin apa itu, teruslah membaca.

Saat ini, banyak yayasan, lembaga donor, dan program CSR yang sudah memasukkan Teori Perubahan sebagai salah satu komponen yang harus ada di dalam dokumen aplikasi Anda.

Apa Itu?

Dalam istilah yang paling sederhana, Teori Perubahan atau kerangka kerja logis Anda menjelaskan bagaimana pekerjaan Anda menghasilkan dampak (jangka panjang) yang ingin Anda ciptakan:

Ini dimulai dengan sumber daya Anda (input), aktivitas, dan efek langsung seperti apa yang dihasilkan aktivitas (output). Dari sana, kita akan beralih ke manfaat apa yang diberikan proyek Anda untuk komunitas yang Anda layani (hasilnya) dan akhirnya dampak jangka panjang dari program Anda.

Terakhir, jangan lupa, teori perubahan Anda juga harus menyatakan jenis asumsi (atau penelitian/ data) yang menjadi dasar model Anda.

Secara visual, teori perubahan Anda dapat disederhanakan dengan cara berikut:

Masukan >	Kegiatan >	Keluaran >	Hasil >	Dampak
Sumber daya yang dibutuhkan untuk proyek, termasuk gaji	Tindakan yang diambil oleh organisasi Anda untuk proyek	Hasil langsung atau hasil proyek	Perubahan jangka menengah untuk komunitas dan/ atau lingkungannya dalam jangka waktu yang ditentukan	Efek jangka panjang dari proyek Anda jika berhasil diterapkan
- Rp. 100,000,000 dalam bentuk uang hibah - Salah satu fasilitator lokal untuk memperkenalkan praktik pertanian organik - Bibit dan starter kompos untuk hutan pangan keaneka ragaman hayati	Lokakarya 3 hari untuk petani lokal tentang praktik organik dan bagaimana dan di mana menjual produk organik	- 25 petani terlatih dalam pertanian organik - 25 petani menerima benih dan starter kit kompos untuk memulai hutan pangan mereka sendiri	80% petani menerapkan praktik hutan pangan organik dalam 12 bulan	- Peningkatan pendapatan rata-rata dari premi untuk produk organik dan peningkatan hasil: 48% setelah dua tahun - 20% dari pendapatan tambahan ditabung untuk pendidikan dan kasus darurat

- Penelitian menunjukkan bahwa pertanian organik dapat meningkatkan hasil dan membuat lahan lebih tahan terhadap perubahan iklim
- Asumsi: petani mau belajar prinsip pertanian organik dan mampu menjual produk organik dengan harga premium

Tip: Jika Anda belum membuat Teori Perubahan Anda sendiri, Anda dapat menemukan panduan lebih lanjut [di sini](#).

Bagaimana dan di Mana Menggunakannya?

Selain fakta bahwa banyak organisasi donor secara khusus meminta Anda untuk membagikan Teori Perubahan Anda, memiliki Teori Perubahan yang jelas memiliki tiga manfaat lain untuk penulisan proposal hibah:

Memastikan Keselarasan

Teori Perubahan yang jelas adalah alat yang hebat untuk menyaring proyek dan proposal potensial. Anda bisa melihat, apakah hasil dan dampak yang dicari oleh donor benar-benar sejalan dengan apa yang Anda rencanakan? Apakah pelaksanaan proyek yang ingin didanai donor mendukung pekerjaan inti Anda atau mengalihkan perhatian Anda?

Mengklarifikasi Pesan Anda

Teori Perubahan yang kuat dapat sangat membantu untuk menguraikan dan menjelaskan pekerjaan Anda kepada calon donor. Meskipun Anda mungkin tidak selalu menyalinnya ke dalam aplikasi Anda, itu dapat memandu Anda dalam menjelaskan proyek Anda dan bagaimana hal itu akan mengubah kehidupan penerima manfaat Anda dengan cara yang jelas dan logis.

Ini Membantu Anda Fokus pada Hasil dan Dampak, Bukan Keluaran

Memiliki pemahaman yang jelas tentang perbedaan keluaran dan hasil (lihat di atas) dapat membantu Anda fokus pada kategori yang cenderung paling diperhatikan oleh donor. Sementara keluaran mengukur efisiensi organisasi Anda (misalnya berapa banyak wanita yang dapat Anda latih dalam kerangka waktu tertentu), hasil dan dampak menunjukkan seberapa efektif pekerjaan Anda (misalnya bagaimana kehidupan perempuan berubah sebagai hasilnya).

Jika Teori Perubahan tidak secara eksplisit diminta dalam daftar pertanyaan hibah atau diminta sebagai dokumen terpisah, tempat terbaik untuk meletakkan Teori Perubahan Anda adalah di subbagian dari bab Tentang Kami. Alternatif lain adalah menjelaskan Teori Perubahan Anda di area khusus situs web Anda dan cukup menautkannya.

“Jika kami mengirimkan penerangan matahari ke rumah tangga berpenghasilan rendah, maka keluarga akan lebih kecil kemungkinannya untuk mengalami gangguan infeksi pernapasan dan kanker paru-paru karena penelitian kami menunjukkan bahwa keluarga dengan pencahayaan matahari akan mengurangi penggunaan dari lampu minyak tanah.”

Contoh ToC

Beberapa donor mungkin meminta Anda untuk menjelaskan Teori Perubahan Anda dengan sangat rinci – sementara yang lain mungkin hanya ingin melihat rincian singkatnya. Berikut ini, kami menunjukkan dua contoh Teori Perubahan yang ditulis dengan baik, yang panjang dan yang pendek.

Contoh Singkat:

“Dengan menyediakan penerangan matahari yang terjangkau untuk rumah tangga miskin di komunitas terpencil di Indonesia, keluarga dan terutama anak-anak kecil akan memiliki lebih sedikit masalah pernapasan. karena penelitian kami menunjukkan bahwa lampu surya mengurangi penggunaan generator diesel dan lampu minyak tanah yang menjadi penyebab terjadinya masalah pernapasan.”

Contoh Panjang:

Untuk contoh versi yang lebih panjang, Anda dapat mengakses Teori Perubahan dari Fiver Children Foundation [di sini](#).

1.5

Ringkasan Bab dan Latihan

Virtual high five dari tim Re.Search karena Anda menyelesaikan bab kelima modul ini. Berikut ringkasan singkat dari apa yang telah kita pelajari:

- Fakta dan angka mudah dilupakan, tetapi cerita yang kuat mungkin bertahan lama di hati calon donor. Kapan pun memungkinkan, lakukan pendekatan penulisan proposal dengan kerangka mendongeng sederhana berikut:
 - Karakter utama: komunitas yang Anda layani
 - Masalah yang mereka hadapi
 - Perjuangan: usahamu untuk mengatasi masalah
 - Terciptanya dunia yang lebih baik: dampak yang Anda buat
- Sertakan cerita pribadi bila memungkinkan dan sesuai. Dengan demikian, hadirkan donor dalam peran pahlawan yang akan mengubah kehidupan penerima manfaat dengan mendukung proyek Anda.
- Tinjau pernyataan misi Anda untuk memastikannya jelas, mudah diingat, dan menyertakan kata kerja serta tujuan yang jelas.

Mengujinya

- 1 Bersama dengan tim penggalangan dana dan/atau kepemimpinan Anda, renungkan isi bab ini. Apa yang menurut Anda paling menarik atau berwawasan luas? Bagikan pemikiran Anda dengan tim Anda.
- 2 Tinjau pernyataan misi dan teori perubahan Anda saat ini. Apakah ada yang menurut Anda perlu diubah setelah membaca bab ini?
- 3 Apakah Anda saat ini menggunakan cerita dalam pendekatan penggalangan dana Anda? Jika ya, bagaimana Anda bisa bercerita dengan cara yang lebih berdampak? Jika tidak, dekati tim lapangan Anda untuk mewawancarai mereka tentang kisah inspiratif dari pekerjaan dengan penerima manfaat utama Anda.



Membuatnya Terjadi

Apa dua atau tiga wawasan dari bab ini yang akan Anda terapkan di organisasi Anda? Kapan Anda akan melakukannya dan bagaimana caranya? Diskusikan dengan tim Anda dan tuliskan di bawah ini:

Wawasan yang akan Anda terapkan	Bagaimana ini akan terlihat dalam praktik? Tindakan apa yang akan Anda ambil?

02

Menulis Catatan Konsep yang Efektif

Catatan konsep adalah deskripsi singkat dari ide proyek yang dikirim ke donor potensial untuk meningkatkan minat mereka. Mereka biasanya dibuat sebelum proposal lengkap ditulis dan dapat menghemat banyak waktu Anda seperti yang akan kita lihat dalam bab ini.

2.1

Kekuatan Catatan Konsep

Pembuka Pintu Kesempatan Anda

Tidak semua organisasi donor menerima proposal yang tidak diminta. Beberapa hanya akan mempertimbangkan organisasi yang sudah ada dalam jaringan mereka atau yang direkomendasikan oleh sekelompok kecil anggota dewan dan konsultan. Dengan kata lain, Anda harus diundang untuk mengajukan proposal.

Ini adalah salah satu contoh di mana catatan konsep dapat menjadi jalan bagi Anda:

Jika disertai dengan *email* singkat dan manis (lihat Bagian 1, bagian 3) tentang organisasi Anda dan mengapa Anda yakin proyek Anda bisa sangat cocok, catatan konsep beberapa halaman lebih mungkin untuk dibaca dan ditinjau daripada proposal yang panjang. – yang secara jelas dinyatakan tidak diinginkan oleh donor dan tidak akan dipertimbangkan.

Dalam *email* Anda, Anda juga harus menyatakan bahwa Anda akan dengan senang hati mengirimkan proposal lengkap jika donor tertarik – yang akan menghemat banyak waktu Anda, karena Anda hanya perlu membuat proposal untuk donor yang telah mengisyaratkan bahwa mereka tertarik untuk mempelajarinya.



Belajar tentang Preferensi Donor & Penghematan Waktu

Terkait dengan poin di atas, menyusun catatan konsep adalah cara yang bagus untuk mempelajari preferensi dan cara berpikir donor. Donor mungkin tidak tertarik dengan proyek Anda dalam bentuk yang Anda tawarkan saat ini tetapi memberitahu Anda bahwa mereka akan mempertimbangkannya dengan modifikasi tertentu.

Daripada membuang waktu berminggu-minggu untuk menyusun proposal lengkap, Anda mungkin lebih baik menghabiskan beberapa hari dan mempelajari sesuatu yang berharga: Bagaimana mengubah proyek Anda dan menyusun proposal lengkap yang jauh lebih mungkin untuk menerima dana dari calon donor.

Contohnya adalah catatan konsep Reboisasi Bulan di bagian 2.4: Sebuah LSM besar menunjukkan minat yang kuat tetapi menyatakan keprihatinan tentang ukuran proyek yang dianggap terlalu kecil. Yayasan yang mengajukan permohonan telah berbicara dengan pemerintah daerah, mendapat persetujuan untuk menambah luas area restorasi dan sekarang sedang dalam proses menulis proposal lengkap, sesuai dengan kebutuhan yang dinyatakan oleh donor.

Ideal untuk Eksekutif CSR yang Sibuk

Akhirnya, catatan konsep sebenarnya diterima dengan lebih baik oleh program CSR – yang mungkin menerima banyak proposal panjang setiap hari dan menghargai deskripsi singkat tentang apa yang Anda rencanakan dan mengapa itu penting. Terkadang, catatan konsep saja sudah cukup untuk mendanai program Anda.

2.2

Struktur Pemenang

Sebelum kita membahas hal lain, harap selalu ingat tiga prinsip penting ini:

3 Aturan Emas dari Catatan Konsep

- Mulailah dengan mengklarifikasi pesan inti Anda (lihat Bagian 2 bagian 1.1)
- Identifikasi kerangka bangunan cerita Anda (lihat Bagian 2 bagian 1.1)
- Fokus pada yang penting: Buat catatan konsep sesingkat mungkin

Jadi bagaimana Anda menulis catatan konsep yang baik? Struktur yang efektif sangat mirip dengan ringkasan eksekutif proposal utama Anda (lihat Bagian 2, bagian 3.1)

Masalah

Mulailah dengan pengenalan singkat untuk proyek Anda dimana Anda perlu menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

- Apa (dan di mana) masalahnya?
- Siapa yang terpengaruh dan bagaimana?
- Mengapa itu penting? Apa yang akan terjadi jika masalah tetap tidak terselesaikan?

Dalam menulis bagian dari catatan konsep ini, garis bawahi bagaimana orang-orang secara nyata terpengaruh oleh hal ini dan bagaimana hal itu memengaruhi kemampuan mereka untuk berkembang. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah berbagi pengalaman individu atau komunitas di daerah yang terkena dampak sebelum intervensi Anda – bukan dengan angka abstrak, tetapi dengan kata-kata deskriptif yang dapat dipahami dan mempengaruhi orang-orang.

Solusinya (yaitu Proyek Anda)

Maka inilah saatnya untuk memperkenalkan ide dan rencana aksi Anda: Apa yang akan Anda lakukan untuk memecahkan masalah ini? Bagaimana masyarakat lokal akan dilibatkan dan apa hasilnya?

Dalam melakukannya, fokuskan sebagian besar perhatian Anda pada hasil proyek Anda, yaitu bagaimana hal itu akan mengubah kehidupan penerima manfaat Anda. Poin tindakan dan keluaran dapat disebutkan secara singkat atau dicantumkan sebagai poin-poin.

Lihat kembali Teori Perubahan Anda untuk membuat penjelasan logis dan sederhana tentang bagaimana tindakan Anda akan menciptakan hasil yang Anda perjuangkan (lihat Bagian 2, bagian 1.4).

Dampak Jangka Panjang

Di bagian ini, jelaskan bagaimana donor Anda berperan dalam membuat perbedaan penting di dunia dan bagaimana – berkat dukungan mereka – kehidupan komunitas yang Anda layani akan berubah menjadi lebih baik.

Ini adalah tempat lain yang bagus untuk menyuntikkan kisah sukses dari proyek lain yang serupa.. Berfokuslah untuk memberi pembaca sebuah cerita sederhana dan kuat yang dapat dia bagikan kepada orang lain, cerita yang menunjukkan pentingnya pekerjaan Anda dan proyek yang Anda lakukan.

Daripada berbicara tentang mengangkat orang di atas garis kemiskinan atau mendapatkan seorang seniman muda untuk penampilan pertamanya, gunakan kata-kata emosional untuk mengungkapkan arti dari hal-hal ini: Kebanggaan seorang ibu karena dapat menyekolahkan putrinya ke sekolah menengah – sebagai gadis pertama yang pernah ada di desanya. Atau seorang seniman muda yang telah memperjuangkan mimpinya selama bertahun-tahun akhirnya merasa dihargai dan dilihat.

Narasi Anggaran dan Garis Waktu

Setelah Anda membingkai donor sebagai pahlawan dalam cerita penerima manfaat Anda, sekarang saatnya untuk membagikan apa yang diperlukan untuk menciptakan dampak yang diinginkan. Sertakan versi anggaran Anda yang disederhanakan (bukan File Excel 10 Lembar yang diberikan tim keuangan Anda dan membuat kepala Anda pusing) dengan penjelasan yang sangat singkat tentang tujuan setiap pos, dan garis waktu sederhana yang memberikan pemahaman kepada calon donor tentang jangka waktu seperti apa yang Anda rencanakan untuk mengimplementasikan proyek ini.

Tentang Organisasi Anda dan Call-to-Action

Sementara beberapa organisasi dengan bagian Tentang Kami, mungkin ada baiknya untuk menempatkan ini terakhir, karena Anda mungkin telah memberi tahu calon donor sedikit tentang tujuan Anda dalam *email* yang menyertakan catatan konsep. Dengan cara ini, donor dapat menyelami masalah dan solusi Anda tanpa harus melewatkan sesuatu yang mungkin baru saja dia baca sebelumnya.

Di mana pun Anda meletakkan bagian Tentang Kami, **fokuslah untuk menetapkan diri Anda sebagai mitra ideal bagi donor untuk mewujudkan proyek ini.** Daripada menjelaskan struktur hukum Anda atau siapa yang saat ini berada di dewan Anda, sebutkan penghargaan yang relevan serta dampak yang telah Anda buat dalam proyek sebelumnya.

Tutup dengan *Call-to-Action* untuk menghubungi Anda, atau seseorang dari tim Anda untuk pertanyaan apa pun, atau untuk meminta proposal lengkap. Pastikan untuk memberikan semua detail kontak yang relevan.

2.3

Kesalahan Umum yang Harus Dihindari

Menulis catatan konsep yang baik itu sulit dan mudah terjerumus ke dalam beberapa perangkat dan kesalahan berikut:

Menulis Catatan Konsep yang Terlalu Panjang

Catatan konsep harus sangat, sangat ringkas. Kecuali dinyatakan lain di situs web donor, fokuslah pada informasi yang paling penting dan buat dalam beberapa halaman saja. Setiap kalimat perlu menambah nilai. Anda tidak boleh memasukkan frasa kosong atau kalimat panjang berliku yang tidak memiliki tujuan.

Kikis hal-hal tidak penting pada catatan konsep anda, mengingat kata-kata bijak Antoine de Saint Exupery: **“Kesempurnaan dicapai bukan ketika tidak ada lagi yang ditambahkan, tetapi ketika tidak ada yang tersisa untuk diambil.”**

Tidak Jelas dan tidak to the point

Buatlah sangat mudah bagi calon donor untuk memahami tentang apa proyek Anda. Idealnya dia harus memahami dasar-dasar proposal Anda dari membaca judul dan subjudul saja.

Banyak catatan konsep membutuhkan waktu terlalu lama untuk mengungkapkan tentang apa maksud sebenarnya. Jika donor Anda perlu membaca seluruh halaman dengan font spasi rapat yang diisi dengan informasi latar belakang dan fakta tentang organisasi Anda bahkan sebelum Anda mulai menjelaskan tentang apa catatan konsep ini, Anda berada dalam masalah besar.

Satu-satunya hal yang lebih buruk: Membiarkannya terbuka untuk interpretasi tentang apa proyek Anda. Jadi sekali lagi, tempatkan diri Anda pada posisi donor. Apa hal paling vital yang perlu mereka ketahui agar mereka mau membantu Anda?

Terus dan terus tentang Organisasi Anda

Dalam catatan konsep, menulis beberapa kalimat pendek atau mungkin dua paragraf tentang organisasi Anda sudah lebih dari cukup. Tugas utama Anda adalah meningkatkan minat untuk proyek yang Anda sarankan. Jika lebih dari sepertiga catatan konsep Anda adalah tentang organisasi Anda dan sejarahnya, ada sesuatu yang tidak beres.

Tetap berpegang pada dasar-dasar: Apa yang membuat perusahaan Anda menjadi mitra yang kredibel dan memenuhi syarat untuk mengimplementasikan proyek ini dengan sukses. Penghargaan yang tidak terkait dari dua dekade lalu, jumlah orang yang Anda pekerjakan serta daftar semua anggota dewan Anda akan mengalihkan perhatian dari pesan itu.

Gambar dan grafik yang relevan

Di zaman sekarang ini, orang cenderung membaca sekilas daripada membaca secara menyeluruh. Jadi, terutama ketika mendekati donor individu atau program CSR, pastikan untuk mengirimkan video yang mudah dipahami dan relevan, serta menyertakan gambar dan infografis informatif untuk membantu menyampaikan cerita Anda.

2.4

Contoh Catatan Konsep

Reforesting the Moon

Creating Inclusive Opportunities for Post-mining Communities in Borneo



Background

In South Borneo the impact of gold mining has been devastating – turning once abundant peatlands and forests into a dead moon-landscape of gravel and dust.

Hardly anything grows here – and toxins in the ground make people scared to even try.

Now that the amount of gold is depleting, local communities face an uncertain future.

Unprepared for the end of the gold rush, especially women and youth are left with little opportunities to earn an income of their own.

Our Project

Using field-tested methods, we will rehabilitate 5ha of ex-mining land to benefit the local community: Cover crops and pioneer trees will slowly improve soil structure and increase nutrient content - laying the foundation to grow a community forest.

Through training and capacity building, we will empower women and youth to set up and run a community nursery, selling hardwood seedlings from their new forest to regional businesses and reforestation campaigns.

Long-term support and Financing

Once set up, the nursery's operational costs will be covered by SukkhaCitta for another five years, using proceeds of ethically and sustainably mined gold from a local women's group.

Mined traditionally without the use of chemicals or heavy machinery, the gold will finally contribute to the sustainable development of the community. Creating a better future for all, not just a select few.

The Partners

SukkhaCitta is an awards-winning social enterprise that set out to end the exploitation of indigenous women in the handicraft industry. Together, we empower those who are the most vulnerable: craftswomen, working from home, in Villages, not factories.

Yayasan Tambuhak Sinta has decades of experience working in Borneo. Their strong relationship with local communities and regulatory bodies as well as their expertise in sustainable mining practices and community empowerment make them indispensable for this project.



Your Impact

The project will directly impact a total of 25 women and youth in Tewang Pajangan Village Gunung Mas Regency. They will learn new skills outside the mining industry, earn better livelihoods and help us turn 5 ha of wasteland into a community forest.

But there is more. Your support will create a blueprint for soil rehabilitation in Borneo which will be made available to other stakeholders in the region. Together, we will lay the foundation for Borneo to re-emerge as the world's Green Heart it once was.

CONTACT AND MORE INFORMATION

Chief Sustainability Officer

h | sukkhacitta.com | @sukkhacitta

Timeline

2021

Establish, train and formalize community group

2022

- Start the nursery: planting cover crops and pioneer trees
- Plant timber seedlings

2023

Start Distribution of seedlings to regional buyers

2024 & 2025

- Continued Capacity Building
- Community tends to and grows the community forest

Budget

Total Budget:

- Capacity Building
- Formalizing the community group
- Cost of setting up and running the nursery
- Supporting field team

2.5

Ringkasan Bab dan Latihan

Virtual high five dari tim Re.Search karena Anda menyelesaikan bab kelima modul ini. Berikut ringkasan singkat dari apa yang telah kita pelajari:

- Catatan konsep adalah alat yang hebat untuk mengukur minat untuk proyek Anda dan mendapatkan umpan balik dari donor potensial. Daripada menghabiskan waktu berminggu-minggu untuk menulis proposal lengkap, sisihkan beberapa hari untuk menulis ringkasan singkat tentang apa yang ingin proyek Anda capai dan mengapa itu penting.
- Struktur yang baik untuk catatan konsep:
 - Masalah yang Anda coba pecahkan
 - Solusi yang Anda tawarkan
 - Dampak jangka panjang dari proyek Anda
 - Narasi anggaran dan garis waktu
 - Tentang organisasi Anda dan *Call-to-Action*
- Pastikan untuk membuat catatan konsep Anda singkat dan *to the point*, kecuali jika ditentukan lain oleh donor, dan buat dalam beberapa halaman saja.
- Menulis dengan menempatkan donor dalam pikiran Anda. Apa yang benar-benar perlu dia ketahui atau pahami tentang organisasi Anda dan proyek yang Anda usulkan?

Mengujinya

- 1 Bersama dengan tim penggalangan dana dan/atau kepemimpinan Anda, renungkan isi bab ini. Apa yang menurut Anda paling menarik atau berwawasan luas? Bagikan pemikiran Anda dengan tim Anda.
- 2 Lihatlah catatan konsep terbaru Anda yang menghasilkan proyek yang didanai. Apa yang Anda lakukan dengan baik? Apa yang bisa Anda lakukan dengan lebih baik?
Lihatlah catatan konsep yang tidak mendapat tanggapan
- 3 dari donor potensial. Apa yang kurang? Apa yang bisa Anda lakukan secara berbeda untuk membuatnya lebih menarik dan menarik?

Membuatnya Terjadi

Apa dua atau tiga wawasan dari bab ini yang akan Anda terapkan di organisasi Anda? Kapan Anda akan melakukannya dan bagaimana caranya? Diskusikan dengan tim Anda dan tuliskan di bawah ini:

Wawasan yang akan Anda terapkan	Apa yang akan terlihat dalam praktiknya? Tindakan apa yang akan Anda ambil?

03

Menulis Proposal

Setelah Anda menulis catatan konsep, menyusun proposal lengkap hanyalah perluasan dari ide dan konsep yang telah Anda buat di catatan konsep. Namun, beberapa donor akan meminta Anda untuk menggunakan formulir aplikasi dengan pertanyaan wajib dan panjang kata bukan mengirimkan proposal lengkap.

Itulah sebabnya berikut ini, kami akan membedakan antara proposal terbuka (yang mengikuti struktur Anda sendiri) dan kuesioner hibah (panggilan proposal dengan daftar pertanyaan atau formulir yang harus diisi).

3.1

Proposal Terbuka

Hal Pertama

Seperti yang dibahas di Bagian 2 bagian 1.1 tentang mendongeng dan Bagian 2 bagian 2 tentang catatan konsep, mulailah dengan memperjelas pesan inti yang ingin Anda sampaikan. Sebelum yang lainnya, tentukan satu hal yang Anda ingin pembaca dapat ingat dan tergerak untuk lakukan.

Kemudian identifikasi dan petakan blok pembangun cerita Anda menggunakan kerangka kerja yang disajikan di Bagian 2 bagian 1.1

Jika donor tidak menentukan persyaratan atau konten lain yang akan dicakup dalam proposal Anda, struktur berikut dapat memberikan panduan tentang apa yang harus disertakan dalam proposal lengkap Anda:

Judul Halaman

Tulis judul dan subjudul untuk proposal Anda – idealnya sesuatu yang menarik perhatian pembaca dan memberitahu mereka tentang apa isi proposal ini. Selain itu, Anda dapat menambahkan gambar yang kuat untuk mendukung keseluruhan alur cerita Anda.

Menghijaukan Bulan

Menciptakan Peluang Inklusif bagi Masyarakat Pascatambang di Kalimantan
[menceritakan gambar pemandangan yang hancur]

Abstrak (Opsional)

Dalam beberapa kasus, terutama jika proposal Anda agak panjang atau proyek Anda adalah sesuatu yang sama sekali baru bagi pembaca, Anda mungkin ingin menyertakan abstrak singkat di halaman depan atau kedua – memberikan pengantar 2-3 kalimat tentang apa ide Anda.

Ini akan membantu membingkai pikiran pembaca, membuatnya tahu apa yang diharapkan dan lebih cepat memahami apa yang ingin Anda capai.

Contoh Abstrak

Abstrak berikut diambil dari proposal pameran interaktif dan rangkaian acara seputar kearifan lokal dan perubahan iklim. Itu ditempatkan di halaman kedua, tepat setelah sampul dan sebelum daftar isi:

KAPAS

Kearifan Adat Indonesia untuk Masa Depan yang Netral Iklim

Di negara-negara berkembang pesat seperti Indonesia, jutaan orang bergabung dalam barisan konsumen setiap. Tanpa banyak perubahan yang diperlukan, permintaan tambahan akan mengintensifkan industri yang akan menghancurkan manusia dan planet ini, seperti industri mode cepat.

Komunitas adat di seluruh dunia memegang kunci bagi umat manusia untuk merancang masa depan sirkular yang lebih berkelanjutan. Yang menghormati batas-batas planet. Dengan KAPAS, kami ingin menjelajahi kearifan kuno Indonesia melalui sesuatu yang kami sentuh setiap harinya pakaian kami.

Daftar Isi (Opsional)

Untuk halaman yang lebih panjang dari lima halaman, biasanya disarankan untuk menyertakan daftar isi yang bersih dan dirancang dengan baik. Ini akan memungkinkan pembaca Anda untuk dengan mudah menavigasi bagian yang berbeda yang paling relevan dengan mereka dan menyampaikan rasa profesionalisme dan struktur.

Ringkasan Rencana Kerja

Ini adalah bagian proposal Anda yang paling penting dan paling banyak dibaca. Pastikan untuk membuatnya sejelas dan sesingkat mungkin (idealnya tidak lebih dari dua halaman), mengikuti struktur yang sama dengan catatan konsep Anda:

Masalah

Mulailah dengan pengenalan singkat untuk proyek Anda dimana Anda menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

- Apa (dan di mana) masalahnya?
- Siapa yang terpengaruh dan bagaimana?
- Mengapa itu penting? Apa yang akan terjadi jika masalah tetap tidak terselesaikan?

Solusinya (yaitu Proyek Anda)

Apa yang akan Anda lakukan untuk menyelesaikan masalah ini? Bagaimana masyarakat lokal akan dilibatkan dan apa hasilnya?

Seperti dalam catatan konsep, fokuskan sebagian besar perhatian Anda pada hasil proyek Anda – yaitu bagaimana hal itu akan mengubah kehidupan penerima manfaat Anda. Poin tindakan dan keluaran dapat disebutkan secara singkat atau dicantumkan sebagai poin-poin.

Dampak Jangka Panjang

Di bagian ini, jelaskan bagaimana donor Anda berperan dalam membuat perbedaan penting di dunia dan bagaimana - berkat dukungan mereka - kehidupan komunitas yang Anda layani akan berubah menjadi lebih baik.

Ini adalah tempat yang bagus untuk menyuntikkan kisah sukses dari proyek serupa. Berfokuslah untuk memberi pembaca sebuah cerita sederhana dan kuat yang dapat mereka bagikan kepada orang lain, cerita yang menunjukkan pentingnya pekerjaan Anda dan proyek yang Anda luncurkan.

Namun, pastikan untuk tetap pendek. Jika terlalu panjang untuk ringkasan eksekutif Anda, lebih baik letakkan kisah pribadi di bagian Dampak dari proposal Anda.

Narasi Anggaran dan Garis Waktu

Sertakan anggaran Anda yang disederhanakan dengan penjelasan yang sangat singkat tentang tujuan setiap pos. Dan garis waktu sederhana yang memberikan pemahaman kepada calon donor tentang jangka waktu seperti apa yang Anda rencanakan untuk mengimplementasikan proyek ini.

Terakhir, pastikan untuk menambahkan referensi di mana donor dapat menemukan rincian anggaran lengkapnya.

Tentang Organisasi Anda

Di sini Anda harus fokus untuk menetapkan diri Anda sebagai mitra ideal bagi donor untuk membuat proyek ini menjadi kenyataan. Daripada menjelaskan struktur hukum Anda atau siapa yang saat ini berada di dewan Anda, sebutkan penghargaan yang relevan serta dampak yang telah Anda buat dalam proyek sebelumnya.

Deskripsi Organisasi Anda

Sekarang Anda dapat membahas lebih detail tentang organisasi Anda. Yang biasanya diminati oleh para donatur adalah:

- Pernyataan misi dan nilai inti Anda
- Sejarah (pendek!) Anda dan struktur hukum
- Area kerja dan program terbaru
- Prestasi: jumlah dampak, penghargaan, dan pengakuan
- Tim kepemimpinan: Pastikan untuk menyoroti keterampilan yang paling relevan dengan proyek yang ada

Jika donor memiliki persyaratan tertentu sehubungan dengan jenis organisasi yang memenuhi syarat untuk melamar, pastikan untuk menyoroti apa yang membuat Anda menjadi kandidat yang cocok di sini (misalnya tahun beroperasi, sumber pendanaan, pendapatan tahunan, wanita dalam posisi kepemimpinan, dll).

Tip Singkat

Seperti biasa, dekati bagian ini dari sudut pandang calon pendonor: Apa yang mereka perlu dengar tentang organisasi Anda untuk melihat Anda sebagai mitra terbaik untuk proyek ini?

Masalah yang Anda Selesaikan

Sekarang saatnya untuk mempelajari lebih dalam masalah yang ingin Anda atasi dan situasi masyarakat yang terkena dampaknya.

Seperti dalam catatan konsep Anda (lihat Bagian 2 bagian 2), jenis pertanyaan yang akan dibahas di bagian ini adalah:

- Apa (dan di mana) masalahnya?
- Siapa yang terpengaruh dan bagaimana?
- Mengapa itu penting? Apa yang akan terjadi jika masalah tetap tidak terselesaikan?

Namun, sekarang Anda dapat membahas lebih detail dan mengutip penelitian yang relevan untuk menggarisbawahi beratnya masalah dan meningkatkan kredibilitas proposal Anda. Selain itu, Anda dapat untuk menjelaskan dengan lebih detail kondisi mendasar yang menyebabkan situasi saat ini – membantu donor untuk melihat mengapa pendekatan Anda mengatasi akar penyebab masalah di kemudian hari.

Bagian ini juga merupakan kesempatan besar untuk menunjukkan bagaimana orang-orang secara nyata terpengaruh oleh hal ini, dan bagaimana hal itu memengaruhi kemampuan mereka untuk berkembang. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah berbagi pengalaman individu atau komunitas di daerah yang terkena dampak sebelum intervensi Anda – bukan dengan angka abstrak, tetapi dengan kata-kata deskriptif yang dapat dipahami dan mempengaruhi orang-orang.

Lihat Bagian 2 bagian 1.2 untuk contoh cerita pribadi yang bisa disuntikkan di sini.

Pendekatan Anda

Bagian ini adalah tentang bagaimana Anda akan memecahkan masalah yang disebutkan di atas:

Metodologi Anda

Di sinilah pekerjaan yang Anda lakukan untuk menciptakan Teori Perubahan Anda (lihat bagian 1.4) dapat membuahkan hasil: Uraikan dengan jelas rencana dan metodologi yang ingin Anda gunakan untuk memecahkan masalah di atas. Dengan menggunakan model logis Anda, jelaskan mengapa tindakan yang Anda rencanakan akan membawa hasil dan dampak yang ingin Anda ciptakan.

Sekali lagi, pastikan untuk mengutip penelitian yang relevan untuk memperkuat kasus Anda.

Hasil dan Mengukur Keberhasilan

Nyatakan kembali jenis hasil yang ingin Anda capai melalui program Anda dan jelaskan bagaimana Anda akan mengukur masing-masing hasil tersebut. Ini harus sangat jelas bagi donor seperti apa kesuksesan yang akan terlihat dan bagaimana Anda akan memverifikasinya.

Jika memungkinkan, jelaskan alat yang akan Anda gunakan untuk mengukur hasil (misalnya, survei diskusi kelompok terfokus, membandingkan data pendapatan dari waktu ke waktu, dll.).

Linimasa

Terakhir, tempatkan kegiatan Anda dalam konteks garis waktu yang jelas yang berada dalam kerangka waktu yang ditunjukkan oleh donor. Jika memungkinkan, buat representasi visualnya dengan tindakan utama dan tolok ukur serta pengukuran hasil.

Ini tidak hanya akan membuat proposal Anda terlihat lebih profesional, tetapi juga memberikan gambaran yang sangat jelas kepada pembaca tentang aktivitas utama Anda, kapan aktivitas tersebut dilakukan dan bagaimana – dalam kombinasi – aktivitas tersebut akan menghasilkan hasil yang ingin Anda ciptakan.



Dampak

Daripada membuat bagian ini menjadi bagian dari bab Pendekatan, ada baiknya untuk membuatnya berdiri sendiri – karena ini biasanya bagian yang paling diminati oleh donor. Luangkan waktu Anda untuk menunjukkan bagaimana bantuan donor Anda akan benar-benar bermanfaat dalam membuat perbedaan bagi orang-orang yang Anda layani, dan bagaimana kehidupan mereka akan menjadi lebih baik.

Seperti biasa, gunakan bahasa yang mudah diingat dan menyenangkan. Berfokuslah untuk memberi pembaca sebuah cerita sederhana dan kuat yang dapat dia bagikan kepada orang lain, cerita yang menunjukkan pentingnya pekerjaan Anda dan proyek yang Anda luncurkan.

Daripada berbicara tentang mengangkat orang di atas garis kemiskinan atau mendapatkan seorang seniman muda untuk penampilan pertamanya, gunakan kata-kata emosional untuk mengungkapkan arti dari hal-hal ini: Kebanggaan seorang ibu karena dapat menyekolahkan putrinya ke sekolah menengah – sebagai gadis pertama yang pernah ada di desanya. Atau seorang seniman muda yang telah memperjuangkan mimpinya selama bertahun-tahun akhirnya merasa dihargai dan dilihat.

Pastikan untuk menyertakan gambar yang relevan, tautan ke video dan/atau liputan pers untuk memperkuat pesan Anda.

Narasi Anggaran

Sekarang saatnya untuk menggunakan 10 lembar file excel departemen akuntansi Anda dengan baik. Di bagian ini, uraikan anggaran secara lebih rinci, berikan penjelasan singkat tentang bagaimana setiap pos berkontribusi pada keberhasilan proyek.

Penting!

Pastikan untuk menyertakan pos untuk dukungan misi inti organisasi dan *overhead* Anda, menjelaskan bagaimana mempertahankan keuangan Anda dan terus meningkatkan kapasitas tim Anda merupakan faktor penting untuk menjaga keberlanjutan pekerjaan dan dampak Anda.

Dukungan misi inti sangat penting untuk membangun dan memelihara kesehatan keuangan organisasi Anda.

Jika berlaku: Pastikan untuk menyertakan tautan atau referensi ke anggaran lengkap yang disiapkan oleh tim Anda sesuai dengan persyaratan donor.

3.2

Catatan tentang Kuesioner Donor

Meskipun kuesioner donor terkadang terasa lebih mudah untuk dilakukan, mungkin bukan ide terbaik untuk memeriksanya dan mencoba mengirimkan semuanya sekaligus. Alih-alih, salin tempel semua pertanyaan (termasuk batas kata atau karakter) ke dalam perangkat lunak pengolah kata Anda dan pikirkan cara terbaik untuk menjawab setiap pertanyaan tersebut.

Kemudian catat semua dokumentasi, video, *file*, dan gambar lain yang boleh Anda kirimkan. **Dengan cara ini Anda dapat memetakan di mana dan bagaimana cara terbaik untuk menceritakan bagian-bagian berbeda dari cerita Anda – tanpa mengulang-ulang** atau melupakan tokoh-tokoh kunci penting dan kisah-kisah yang berdampak.

Pastikan untuk membaca dan memahami setiap pertanyaan dengan cermat, sehingga Anda akan memberikan informasi yang benar dan relevan dan tidak membuang waktu donor (dan Anda). Jika pertanyaannya serupa, rencanakan bagaimana Anda dapat menggunakan pertanyaan-pertanyaan ini untuk menyoroti berbagai elemen pekerjaan Anda atau berbagi kisah inspiratif dari penerima manfaat Anda.

Terakhir, terutama jika Anda membagi bagian kuesioner yang berbeda di antara anggota tim Anda, tugaskan satu orang untuk melakukan pembacaan akhir beberapa hari sebelum tenggat waktu. Dengan cara ini Anda akan memastikan bahwa tidak ada jawaban ganda atau kelalaian dan – yang paling penting – Anda memberi donor satu alur cerita yang konsisten.



3.3

Tips dan Trik

Baik Anda sedang menulis proposal terbuka atau mengisi kuesioner hibah, petunjuk berikut ini berlaku untuk semua bentuk penulisan proposal:

Gabungkan Data, Riset, dan Bercerita

Meskipun mendongeng adalah alat yang ampuh dalam penulisan hibah, itu saja biasanya tidak cukup. Pastikan untuk menggabungkan cerita dengan penelitian dan data yang relevan tentang dampak pekerjaan Anda. Menyatukan ketiga elemen tersebut akan memastikan proposal yang mudah diingat sekaligus juga memiliki dasar yang kuat dan kredibel.

Untuk menentukan campuran data, penelitian, dan penceritaan yang tepat dalam proposal Anda, ikuti apa yang Anda pelajari selama penelitian donor di awal. Secara umum, lembaga donor akan membutuhkan lebih banyak data dan penelitian, sementara program CSR dan donor individu mungkin lebih sesuai dengan elemen cerita dari proposal Anda. Akan tetapi, sebuah ide yang baik untuk memiliki setidaknya sedikit dari setiap elemen dalam aplikasi Anda.

Tetap singkat dan sederhana

Donor harus membaca ratusan proposal setiap bulan, jadi jangan buang waktu mereka (dan Anda) dengan proposal bertele-tele yang tampaknya tidak pernah langsung ke intinya. Seperti dalam kasus catatan konsep: Setiap kalimat perlu menambah nilai. Anda tidak boleh memasukkan frasa kosong atau kalimat panjang berliku yang tidak memiliki tujuan.

Pada saat yang sama, hindari bahasa yang terlalu rumit dan penggunaan jargon yang berlebihan. Ingat, menulis untuk dipahami, bukan untuk memberi impresi. Jadi, tetap sederhana dan gunakan bahasa yang mudah dipahami, dengan beberapa kata kunci dan jargon yang sesuai untuk membangun kredibilitas Anda.

Tugas Anda adalah membuat orang bersemangat tentang proyek Anda, bukan membingungkan mereka. Karena pikiran yang bingung selalu berujung pada kata “tidak”.

Menggunakan Bahasa Donor

Seperti yang telah kita bahas di bagian penelitian donor, ada baiknya meluangkan waktu untuk benar-benar mengenal organisasi donor. Dengan cara ini, Anda dapat menyoroti dan fokus pada elemen pekerjaan Anda yang paling relevan dengan mereka, dan mencari tahu jenis bahasa, kata kunci, dan istilah teknis apa yang mereka sering gunakan.

Menaburkan istilah kunci yang tepat dalam proposal Anda tidak akan luput dari perhatian. Ini akan membuat calon pemberi dana merasa lebih selaras dengan Anda dan meningkatkan peluang Anda untuk proposal yang berhasil saat Anda berbicara tentang poin-poin yang mereka pedulikan.

Jadikan Proposal Anda Mudah Dibaca

Semakin panjang teks Anda dan semakin kecil font Anda, semakin kecil kemungkinan orang untuk benar-benar membacanya. Jadi, buatlah mudah dan nyaman bagi orang untuk membaca proposal Anda, dengan mengikuti petunjuk sederhana ini:

Gunakan Judul dan Subjudul yang Jelas

Idealnya pembaca Anda mendapatkan ide yang sangat bagus tentang proyek Anda dan apa yang ingin Anda capai hanya dengan membaca judul, subjudul, dan melihat visual Anda (gambar, infografis, dll). Selain itu, selalu merupakan ide yang baik untuk menyorot kalimat penting dalam huruf tebal.

Gunakan *Bullet Points*

Jika diperlukan, gunakan daftar berpoin daripada paragraf bertele-tele – terutama ketika Anda hanya membuat daftar keluaran atau aktivitas.

Paragraf dan Kalimat Terstruktur Dengan Baik

Perkenalkan hanya satu gagasan utama per paragraf – dengan kalimat pertama d secara jelas memperkenalkan tentang sisa paragraf. Ini akan memudahkan pembaca untuk mengikuti alasan Anda dan memudahkan *skimming* proposal Anda: Banyak pembaca sibuk yang hanya membaca kalimat pertama dari setiap paragraf.

Praktik baik lainnya adalah menjaga panjang kalimat maksimal dua baris – menggunakan ukuran font standar. Jika sebuah kalimat lebih panjang dari itu, orang akan kesulitan memahami tulisan Anda.

Tip Singkat

Lihat Lampiran, bagian A1 untuk latihan dan contoh tentang topik penting ini.

3.4

Kesalahan Umum Penulisan Proposal

Dalam menulis aplikasi Anda, pastikan untuk menghindari kesalahan dan perangkat berikut:

Mengulangi Diri Sendiri Berulang-ulang

Ini dengan mudah terjadi dalam kuesioner hibah dengan pertanyaan serupa. Penting untuk memetakan semua pertanyaan dan sumber daya yang boleh Anda kirimkan sebelumnya (lihat Bagian 2 bagian 3.2). Dengan cara ini, Anda dapat menghindari memberi tahu donor berulang kali bahwa Anda bekerja dengan anak-anak muda yang kurang beruntung misalnya, dan bagaimana seni dapat menjadi sarana yang bagus untuk memungkinkan mereka mengekspresikan diri.

Sebelum mengirimkan proposal apa pun (kuesioner atau terbuka), diamkan di komputer Anda selama beberapa hari dan kemudian baca lagi dengan pandangan baru. Tandai area yang terasa berulang dan buat penyesuaian yang diperlukan. Jika proposal Anda dipersingkat dengan cara ini, itu bahkan lebih baik.

Tidak Menjelaskan Bagaimana Donor Akan Membuat Perbedaan

Agar donor tertarik untuk bekerja dengan Anda, Anda perlu menjelaskan dengan jelas bagaimana dukungan mereka akan membuat perbedaan yang berarti. Jangan biarkan mereka menebak-nebak, tetapi buatlah menjadi sangat eksplisit: Berapa ha hutan hujan yang akan diregenerasi dengan kontribusi donor dan apa artinya ini bagi masyarakat lokal? Bagaimana kehidupan mereka akan meningkat karenanya?

Meskipun Anda harus benar-benar mengukur dampaknya (bila memungkinkan), gunakan juga kata-kata emosional untuk mengungkapkan makna di balik angka-angka tersebut: Lihat Bagian 2 bagian 3.1 tentang Dampak.

Tidak Melakukan Waktu untuk Memahami Kriteria Seleksi dan Persyaratan Hibah

Untuk yang satu ini, dengan senang hati kami ulangi: Karena menurut beberapa penyandang dana, hingga 50% proposal ditolak hanya karena tidak sesuai dengan tujuan, anggaran, dan ruang lingkup⁴ mereka. Itu pasti banyak!

Jangan buang waktu Anda dan donor. Jika Anda belum melakukannya, kembali ke Bagian 1, bagian 2 untuk mengetahui bagaimana Anda dapat memastikan kelayakan proposal Anda.

⁴Critical Ecosystem Partnership Fund (2016)

Tidak Membagikan Rencana Jangka Panjang Anda

Penyandang dana mungkin tidak selalu memintanya, tetapi melihat bahwa Anda memiliki rencana untuk mempertahankan dampak dari kontribusi mereka, di luar periode pendanaan, pasti akan menjadi nilai tambah. Terutama jika Anda telah menjalin kemitraan dengan perusahaan lokal atau LSM lain di daerah tersebut untuk melanjutkan proyek Anda, berikan sorotan terhadap hal tersebut dalam proposal Anda.

Ini bisa menjadi pembeda penting yang akan membuat proyek Anda dipilih untuk didanai.

Tidak Menyebutkan Bagaimana Anda akan Mengevaluasi Keberhasilan Proyek Anda

Sebagai mitra yang setara, Anda dan penyandang dana Anda harus sangat jelas tentang seperti apa kesuksesan itu dan bagaimana Anda akan mengukurnya di akhir proyek. Bahkan jika ini sudah jelas bagi Anda, jangan berharap donor Anda dapat membaca pikiran Anda.

Bagikan metodologi yang ingin Anda gunakan untuk mengevaluasi pekerjaan Anda dan jelaskan mengapa itu adalah cara yang tepat untuk melakukannya.



3.5

Ringkasan dan Latihan Bab

Virtual high five dari tim Re.Search untuk menyelesaikan bab terakhir dari modul penulisan proposal kami. Berikut ringkasan singkat dari apa yang telah Anda pelajari:

Struktur yang baik untuk proposal terbuka dapat berupa:

- Ringkasan Eksekutif: Mengikuti struktur catatan konsep Anda
- Tentang Organisasi Anda: Tulis dengan mempertimbangkan pembaca dan hanya sertakan detail yang relevan dengan pembaca Anda.
- Masalah yang Anda Selesaikan: Jelaskan masalahnya, bagaimana hal itu berdampak pada penerima manfaat Anda dan mengapa itu penting
- Pendekatan Anda: Buat garis besar proyek Anda, garis waktu dan bagaimana Anda akan mengukur kesuksesan dari proyek Anda.
- Dampaknya: Hasil jangka panjang dari proyek Anda dalam istilah yang jelas, mudah dimengerti.
- Narasi Anggaran: Menjelaskan berbagai pos anggaran Anda, termasuk pendanaan untuk dukungan misi inti.

Untuk proposal berbasis kuesioner, pastikan untuk memetakan jawaban Anda sehingga Anda tidak mengulanginya jawaban yang sama.

Buat tulisan Anda sesingkat mungkin. Pikirkan dengan sungguh-sungguh tentang apa yang perlu diketahui donor dan apa yang paling relevan bagi mereka.

Mengujinya

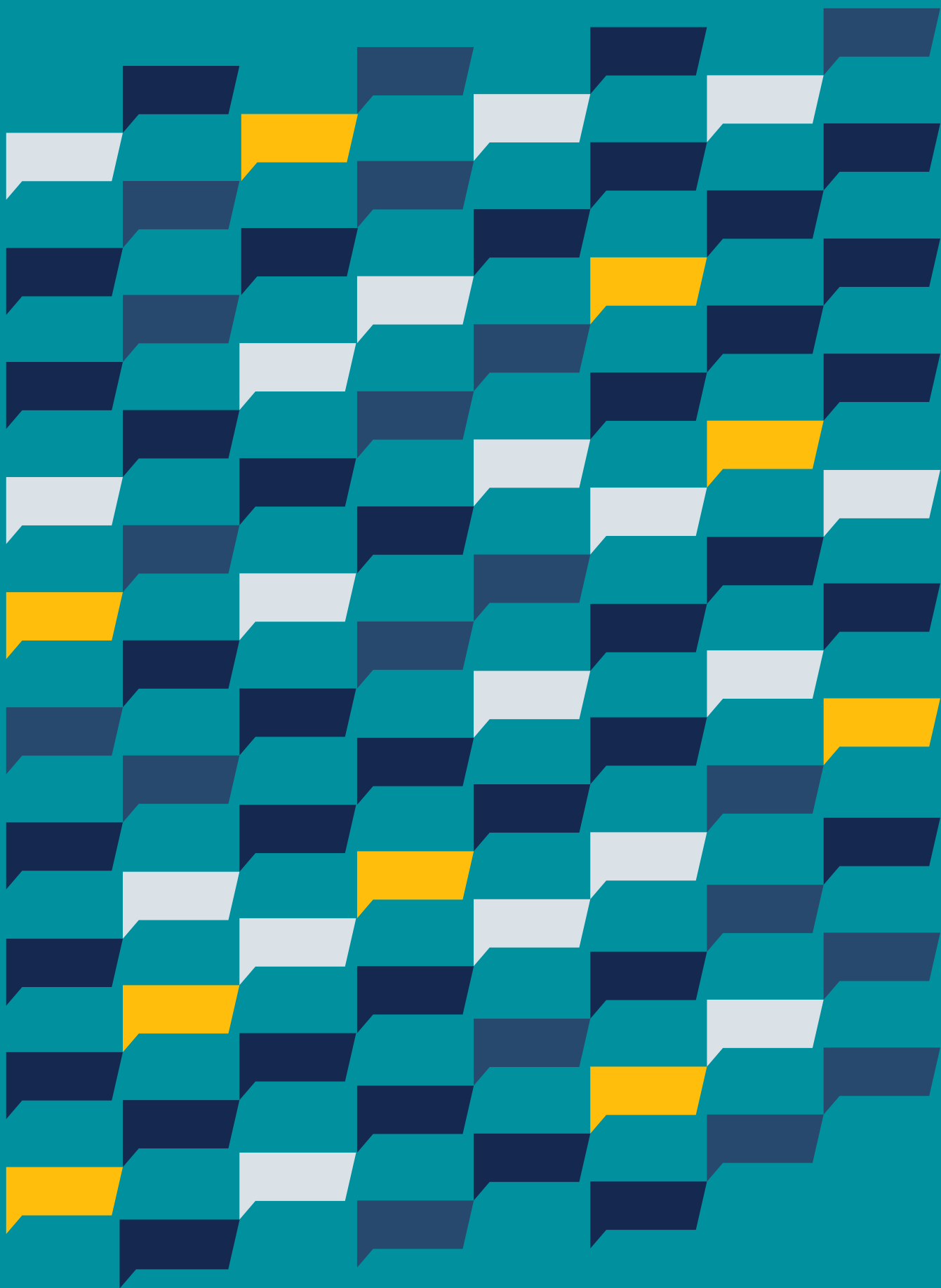
- 1 Bersama dengan tim penggalangan dana dan/atau kepemimpinan Anda, renungkan isi bab ini. Apa yang menurut Anda paling menarik atau berwawasan luas? Bagikan pemikiran Anda dengan tim Anda.
- 2 Lihatlah proposal baru-baru ini yang menghasilkan proyek yang didanai. Apa yang Anda lakukan dengan baik? Apa yang bisa Anda lakukan dengan lebih baik?
- 3 Lihatlah proposal yang tidak mendapat tanggapan dari donor potensial. Apa yang kurang? Apa yang bisa Anda lakukan secara berbeda untuk membuatnya lebih menarik?

Membuatnya Terjadi

Apa dua atau tiga wawasan dari bab ini yang akan Anda terapkan di organisasi Anda? Kapan Anda akan melakukannya dan bagaimana caranya? Diskusikan dengan tim Anda dan tuliskan di bawah ini:

Wawasan yang akan Anda terapkan	Bagaimana ini akan terlihat dalam praktik? Tindakan apa yang akan Anda ambil?





Lampiran



Tips Menulis A1

Sumber Daya Tata Bahasa A2



Tips Menulis A1

Draf Pertama yang Mengerikan

Tip menulis yang paling penting pertama: Keluarkan dari kepala Anda dan tuangkan di kertas. Itu yang disebut draf pertama yang mengerikan. Tulis saja semuanya, tanpa tekanan untuk menciptakan sesuatu yang luar biasa sejak awal.

Menulis dengan harapan untuk menciptakan kesempurnaan akan memperlambat Anda dan menyebabkan banyak frustrasi. Kemungkinan besar Anda akan berakhir menatap halaman kosong lebih lama dari yang Anda butuhkan. Menulis dan menghapus, menulis dan menghapus.

Tulis saja apa pun yang dapat Anda temukan - dan kemudian kembali ke sana. Jauh lebih mudah untuk memperbaiki sesuatu daripada memulai dari awal. Setelah Anda mendapatkan draf pertama yang mengerikan, kesenangan sebenarnya dimulai :)

Memastikan Proposal Anda Dibaca

Buatlah mudah dan nyaman bagi orang untuk membaca proposal Anda, dengan mengikuti petunjuk sederhana ini:

Gunakan Judul dan Subjudul yang Jelas

Fashion exploits women and takes their rights away

Fashion employs 430 Mio. people worldwide⁵, most of them young women. 98% of them don't earn anywhere close to a living wage⁶ - subsidizing the low cost of our clothes.

Low Wages

In a recent study, Oxfam Australia estimated that the average Indonesian textile worker earns less than half of what would be required for her to meet her basic needs and that of her family.

Unsafe Working Conditions

With fashion brands putting lots of pressure on producers to keep prices as low as possible, many factories don't adhere to basic safety requirements - especially with regards to PPE but also basic workshop safety⁷.

Forced Labor

As became evident once more during the pandemic, most textile workers have little to no legal protection against wage cuts or being let go. Even worse, parts of the industry, especially the cultivation and processing of cotton, has repeatedly been associated with forced labor and modern slavery⁸.

And it's getting worse

The fashion industry continues to grow fast - and with it its negative impact on women and the planet. On its current trajectory, fashion will emit 3x the amount of carbon allowed to stick to the 1.5C target by 2030⁹ and produce 148 Mio. tons of waste every year¹⁰.

Pada contoh di atas, pembaca mendapatkan ide yang cukup baik tentang isi utama hanya dengan membaca judul dan subjudul paragraf. Selain itu, kalimatnya cukup pendek - seperti tidak membanjiri pembaca.



Gunakan Bullet Points

Jika perlu, gunakan daftar berpoin daripada paragraf bertele-tele, terutama jika Anda hanya membuat daftar keluaran atau aktivitas:

The Project: KAPAS

Many initiatives have proven that fashion can be a powerhouse for gender-inclusive development and climate action¹². Yet to truly transform the industry, raising awareness and shifting consumer attitudes will be key.

Because the industry will only change if governments and consumers demand it.

Objectives

KAPAS will be an interactive exhibition and platform for dialogue in the heart of Indonesia's capital.

Through a hybrid of online and offline activities, we will:

- 1) Create awareness for the pressing environmental and social issues within the industry - its impact on climate change in particular
- 2) Show consumers how they can demand and contribute to positive change
- 3) Engage in dialogues with key stakeholders of the industry (from the general public to fashion students and established designers) and share best practices as well as already available technologies
- 4) Inspire visitors to explore ways in which Indonesia's indigenous wisdom may inform a circular transformation of their respective industries

Key Facts & Figures



Latihan: Paragraf dan Kalimat Pendek Terstruktur dengan Baik

Pastikan untuk memperkenalkan hanya satu ide utama per paragraf – kalimat pertama secara jelas memperkenalkan sisa paragraf. Ini akan memudahkan pembaca untuk memahami maksud Anda dan memudahkan *skimming* proposal Anda.

Latihan:

Buka situs web organisasi Anda atau proposal terbaru. Apakah paragrafnya pendek dan mudah dipahami? Apakah kalimat pertama memperkenalkan gagasan utama? Pilih satu atau dua paragraf dan cobalah untuk memperbaikinya.

Praktik baik lainnya adalah menjaga panjang kalimat maksimal dua baris – menggunakan ukuran font standar. Jika sebuah kalimat lebih panjang dari itu, orang akan kesulitan memahami tulisan Anda.

Latihan:

Buka situs web organisasi Anda atau proposal terbaru. Apakah kalimatnya pendek dan mudah dimengerti? Atau apakah mereka terus-menerus melewati beberapa baris? Cobalah untuk membuatnya lebih pendek, misalnya dengan membagi satu kalimat menjadi dua kalimat.

Contoh:



Versi Panjang:

Dengan memberikan pendidikan dan akses pasar yang adil kepada petani kecil di pedesaan Indonesia, yayasan XYZ dan program sertifikasi organik pemenang penghargaan kami meningkatkan pendapatan petani kami, melindungi lingkungan dan secara langsung berkontribusi pada ketahanan pangan bangsa kita - untuk generasi yang akan datang.

Versi Pendek:

Yayasan XYZ bekerja langsung dengan petani kecil di desa-desa di Indonesia. Melalui program sertifikasi organik pemenang penghargaan kami, kami meningkatkan pendapatan, melindungi lingkungan dan berkontribusi pada ketahanan pangan bangsa kita. Bersama-sama, kita menciptakan perubahan positif untuk generasi yang akan datang.



Sumber Daya Tata Bahasa A2

Tentang Tata Bahasa

Menulis dengan tata bahasa yang baik sangat penting. Ini adalah salah satu persyaratan dasar penulisan proposal yang berdampak. Jadi pastikan Anda menginvestasikan cukup waktu untuk meninjau teks Anda sebelum mengirimkannya atau mintalah kolega /teman Anda yang ahli dalam bahasa untuk melihatnya.

Bahasa Inggris: *British vs America*

Mungkin Anda pernah mendengar perbedaan antara *British English* (BE) dan *American English* (AE). Ini sebagian besar masalah ejaan tetapi kadang-kadang ada beberapa perbedaan kecil dalam tata bahasa yang harus diperhatikan.

Mana yang Anda pilih bisa terserah Anda. Namun, saat menulis proposal untuk donor Amerika atau Inggris, menggunakan versi bahasa mereka mungkin bisa menentukan hasil penerimaan proposal Anda. Untuk orang Amerika, versi Inggris terasa salah - dan sebaliknya.

Versi mana pun yang Anda pilih: Yang paling penting adalah memilih satu dan konsisten dalam penulisan.

Sumber Daya Tata Bahasa

Salah satu alat paling sederhana untuk membantu Anda dengan tata bahasa dan penulisan Anda adalah sistem bertenaga AI yang disebut *Grammarly*. Anda dapat mempelajari lebih lanjut tentang *Grammarly* dan penawaran untuk organisasi nirlaba [di sini](#).

Selain itu, Anda dapat melihat [sumber daya gratis](#) yang disediakan oleh *English First* untuk memeriksa dan meningkatkan tata bahasa Anda.



