



FINANCIAL GUIDELINES

Asian Law Students' Association
National Chapter Indonesia

Drafted by: Vice President of Financial Affairs ALSA National Chapter Indonesia 2023/24

Assalamualaikum Wr. Wb.,
Shalom,
Om Swastiastu,
Namo Buddhaya,
Salam Kebajikan untuk kita semua,

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga kita selalu diberikan kesehatan dan kenikmatan yang tak terhingga. Atas izin-Nya kita dapat berkumpul dalam organisasi yang kita banggakan ini, Asian Law Students' Association (ALSA) *National Chapter* Indonesia yang hingga saat ini telah menaungi 15 (lima belas) Local Chapters yang tersebar di penjuru Nusantara. ALSA merupakan organisasi yang sudah berdiri selama lebih dari 30 tahun dan memiliki tujuan untuk mengembangkan potensi dan kemampuan anggotanya dalam bidang hukum, serta selalu berupaya untuk memberikan dampak positif kepada masyarakat luas.

Dalam menjalankan roda organisasi, divisi keuangan merupakan sektor yang penting juga krusial dalam keberlangsungan sebuah organisasi, termasuk ALSA Indonesia. Tugas utama dari divisi keuangan adalah untuk mengatur dan mengorganisir seluruh pendanaan masuk dan keluar oleh sebuah organisasi, begitupun dengan menghimpun dana dari berbagai sumber yang menjadikan organisasi ini bisa mandiri dan berjalan sepenuhnya.

Dengan bangga saya menyambut para pembaca untuk mengetahui dan memahami serta mempelajari lebih dalam terkait hal-hal yang bersifat pendanaan organisasi melalui **Financial Guidelines** yang dikemas secara komprehensif dan menarik oleh ALSA Indonesia. Saya juga mengajak para pembaca untuk mengetahui tentang strategi pendanaan yang baik, tata kelola keuangan serta manajemen keuangan oleh ALSA Indonesia.

Saya selaku *Vice President of Financial Affairs* ALSA *National Chapter* Indonesia berharap **Financial Guidelines** ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan yang komprehensif kepada para pembaca serta diharapkan dapat menjadi pedoman bagi para pihak dalam menjalankan roda organisasi terkhusus pada divisi keuangan.

Akhir kata, semoga kita semua dapat terus membawa kemajuan untuk ALSA Indonesia melalui berbagai usaha yang dilakukan serta mempersiapkan generasi muda yang berkualitas untuk masa depan yang lebih baik.

Wassalamualaikum Wr. Wb.,
Shalom,
Om Shanti Shanti Shanti Om,
Namo Buddhaya.

ALSA, *Always be One!*

Dejana Adita Zahra

Vice President of Financial Affairs
ALSA National Chapter Indonesia 2023-2024



Daftar isi

I.	PENDAHULUAN	2
A.	LATAR BELAKANG	2
B.	TUJUAN	2
C.	SASARAN	3
II.	POTENSI DAN PERMASALAHAN	3
III.	STRATEGI PENCAPAIAN	3
1.	Bendahara	3
a.	Rencana Anggaran Biaya	4
b.	Pembukuan	11
c.	Asistensi Keuangan	13
2.	Divisi <i>Sponsorship and Marketing</i>	14
a.	<i>Database Sponsorship</i>	15
b.	<i>Proposal Sponsorship</i>	17
c.	Mekanisme Pelaksanaan Pencarian <i>Sponsorship</i>	19
3.	Divisi Entrepreneurship	23
a.	Pencarian Dana	24
b.	<i>Database Vendor</i>	26
c.	Standarisasi Merchandise	26
d.	<i>Survey Merchandise</i>	27
e.	<i>Tips & Trick</i> Penjualan Merchandise	27
IV.	PENUTUP	30

I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Divisi Keuangan merupakan salah satu divisi yang terpenting dalam suatu organisasi yang perkembangannya mempengaruhi beberapa divisi lainnya. Dalam suatu organisasi, untuk menjalankan Program Kerja yang harus dijalankannya membutuhkan dana guna kebutuhan untuk program kerja tersebut terlaksana dengan baik.

Financial Guidelines dibuat dan diperbarui guna menjawab permasalahan-permasalahan terkait pengelolaan keuangan setiap tahunnya berupa;

1. Berdasarkan analisis Laporan Keuangan serta Laporan Pertanggungjawaban dalam kurun waktu 2 Tahun belakang, Kesulitan pencarian atau penggalangan dana baik Sponsor dan Non-Sponsor masih sulit untuk mendapatkan proyeksi yang pasti. Kekurangan dana/atau Defisit masih menjadi permasalahan utama karena sulitnya regulasi pencarian serta pencairan dana untuk setiap Program Kerja.
2. Proyeksi keuangan terhadap pendapatan yang akan di dapat yang belum pasti, membuat pembukuan dengan berbagai macam jenis bentuk pembukuan masih belum bisa ditemukan jenis yang paling baik dan transparansi secara menyeluruh. Mengakibatkan Rancangan Anggaran Biaya yang dibuat belum dapat digunakan urgensinya secara menyeluruh.

Hal-hal diatas terjadi baik di skala ALSA Indonesia maupun *Local Chapter* selama bertahun-tahun, dengan banyaknya Program Kerja yang harus dijalankan membuat keberlangsungan pencarian dana cukup terganggu dan membutuhkan jawaban serta langkah konkrit untuk membantu mengurangi impact dari permasalahan tersebut.

B. TUJUAN

Financial Guidelines ini dibuat untuk menjadi pedoman atau acuan utama dalam pembangunan dan pelaksanaan tata kelola keuangan ALSA Indonesia secara kolektif baik di tingkat *National Board* dan *Local Chapter*.

C. SASARAN

1. Pengelolaan keuangan yang sistematis dan terarah;
2. Kondisi keuangan *National Board* dan *Local Chapter* yang stabil;
3. Pembukuan keuangan *National Board* dan *Local Chapter* yang rapi, aktual, dan Faktual;
4. *National board* dan *Local Chapter* memiliki nilai jual yang tinggi dalam menjaring sponsor; dan
5. *National Board* dan *Local Chapter* memiliki standar dalam pemilihan dan pembuatan *Merchandise*.

II. POTENSI DAN PERMASALAHAN

- A. Berdasarkan Analisis Keuangan Laporan Pertanggungjawaban, salah satu permasalahan utama yaitu belum menemukan cara pencarian dana yang paling efektif untuk menghindari terjadinya defisit;
- B. Perlunya sistematika yang transparan untuk menunjang kelengkapan pembukuan yang faktual selama satu tahun kepengurusan;
- C. Perlunya proyeksi keuangan yang ideal dan realistis (Sponsor dan Non-Sponsor) dalam pendanaan ALSA Indonesia;
- D. Sehingga, perlu adanya guidelines terkait sistematika pendanaan yang dapat diterapkan oleh seluruh *Local Chapter*, *National Board* dan panitia acara nasional.

III. STRATEGI PENCAPAIAN

1. Bendahara

Bendahara ataupun jabatan yang setara merupakan seseorang yang bertanggung jawab mengenai keuangan pada sebuah kepanitiaan ataupun organisasi. Bendahara dalam sebuah organisasi memiliki tujuan mengatur dan mengelola keuangan agar tetap stabil bagi organisasi tertentu. Selain dari itu tugas seorang bendahara yaitu menyusun rencana anggaran biaya dalam setahun sesuai dengan kebutuhan setiap bidang dalam organisasi ataupun sebuah kepanitiaan, kemudian tugas lainnya dari bendahara yaitu

menyusun laporan dan pembukuan arus kas keuangan mulai pendapatan, pengeluaran, dan modal. *Skill* dasar yang diperlukan untuk menjadi seorang bendahara yakni:

1. Memiliki kemampuan dasar akuntansi dengan laporan keuangan;
2. Teliti dan juga bertanggung jawab;
3. Memiliki integritas sehingga mampu menjaga amanah keuangan organisasi; dan
4. Mampu menjalankan sistem komputer misalnya Microsoft Excel, dan Google Spreadsheet.

a. Rencana Anggaran Biaya

Rencana Anggaran Biaya (RAB) merupakan sebuah acuan dasar perencanaan dalam pelaksanaan program kerja dan kegiatan operasional sebuah organisasi ataupun sebuah kegiatan kepanitiaan. Dalam lingkup ALSA, kita mengenal dua rencana anggaran biaya yakni, RAB Tahunan dan RAB untuk sebuah acara nasional.

i. RAB Tahunan

Rencana Anggaran Biaya tahunan merupakan sebuah acuan dalam pengeluaran setiap bidang yang terdapat dalam sebuah organisasi, dan juga sebagai acuan dalam menentukan sebuah iuran. Berikut merupakan contoh dari RAB Tahunan;

RANCANGAN ANGGARAN BIAYA			
Rencana Pemasukan			
No	Kegiatan	Volume	Jumlah
1	Iuran <i>Local Chapter</i>	Rp,500,000 x 15	Rp,7,500,000
2	Iuran <i>National Board</i>	Rp,500,000 x 15	Rp,7,500,000
Total Pemasukan Iuran			Rp,15,000,000
1	Registrasi AICT	Rp,100,000 x 100	Rp,10,000,000
2	Registrasi AIR	Rp,1,000,000 x 15	Rp,15,000,000
3	Registrasi AINC	RP,200,000 x 15	Rp,3,000,000

Total Pemasukan Registrasi			Rp,28,000,000
1	Tshirt	Rp,100,000 x 20 pcs	Rp,2,000,000
2	Tote Bag	Rp,80,000 x 20 pcs	Rp,1,600,000
3	Keychain	Rp,15,000 x 50 pcs	Rp,750,000
Total Pemasukan <i>Merchandise</i>			Rp,4,350,000
1	Sponsorship Project	1	Rp,20,000,000
Total Pemasukan <i>Sponsorship</i>			Rp,20,000,000
1	Donatur	1	Rp,5,000,000
Total Pemasukan Donatur			Rp,5,000,000
Total Keseluruhan Pemasukan			Rp,72,350,000

Rencana Pengeluaran			
No	Kegiatan	Volume	Jumlah
<i>Secretary General</i>			
1	Print Proposal	40	Rp,1,000,000
2	Print Sertifikat	100	Rp,500,000
Total Pengeluaran			Rp,1,500,000
<i>Internal Affairs</i>			
ALSA Indonesia Career Talkshow			
1	Venue	1	Rp,10,000,000
2	Konsumsi	100	Rp,2,500,000
3	Biaya Insidentil	1	Rp,3,000,000

ALSA Indonesia Reunion			
1	Venue	1	Rp,10,000,000
2	Konsumsi	100	Rp,2,400,000
3	Biaya Insidentil	1	Rp,3,000,000
Golden Ticket Acara Nasional			
1	PALT	1	Rp,800,000
2	Semworknas	1	Rp,800,000
3	Semunas	1	Rp,800,000
Total Pengeluaran			Rp,30,300,000
<i>External Affairs</i>			
ALSA Indonesia Legal Charity			
1	Banner	1	Rp,200,000
2	Konsumsi	50	Rp,2,000,000
3	Biaya Insidentil	1	Rp,2,000,000
Golden Ticket Acara Internasional			
1	ALSA Forum	1	Rp,5,000,000
2	ALSA Conference	1	Rp,5,000,000
Total Pengeluaran			Rp,12,200,000
<i>Academic Activities & Training</i>			
ALSA Indonesia Negotiation Competition (AINC)			
1	Pembayaran Juri	8	Rp,3,000,000

2	Konsumsi	20	Rp,300,000
3	Biaya Tak Terduga	1	Rp,500,000
ALSA Indonesia Specialized Team 9AIRST)			
1	Langganan Turnitin	12	Rp,150,000
ALSA Indonesia Legal Training & Workshop			
1	Plakat Pembicara	5	Rp,500,000
ALSA Indonesia Internship Program (AIIP)			
1	Plakat Peserta	3	Rp,300,000
ALSA Indonesia Memorials Writing Competition			
1	Plakat Pembicara	3	Rp,300,000
Total Pengeluaran			Rp,2,820,000
<i>Information, Communication, and Technology</i>			
1	Google Workspace	12	Rp,13,000,000
2	Website ALSA Indonesia	1	Rp,500,000
3	Apresiasi Peserta	5	Rp,500,000
Total Pengeluaran			Rp,14,000,000
<i>Finance</i>			
Seminar Entrepreneurship			
1	Pembicara	1	Rp,1,000,000

2	Biaya Insidentil	1	Rp,1,000,000
Merchandise Project			
1	Modal Merchandise	1	Rp,3,000,000
Sponsorship Project			
1	Print Proposal	10	Rp,300,000
Total Pengeluaran			Rp,5,300,000
Total Pengeluaran Keseluruhan			Rp,72,350,000
Total Pemasukan Keseluruhan			Rp,72,350,000

ii. Rancangan Anggaran Biaya Acara Nasional

Rancangan Anggaran Biaya Acara Nasional merupakan sebuah rancangan sebagai proyeksi panitia dalam mengukur sebuah pengeluaran di setiap bidang dan juga sebuah alat ukur untuk bidang sponsor dan *fundraising* dalam melakukan pencarian dana, serta sebuah acuan dalam menentukan biaya registrasi peserta. Dalam pembuatan sebuah RAB Acara Nasional perlu diperhatikan mulai dari RAB acara nasional pada 3 tahun terakhir dan harga pokok pada kota tuan rumah penyelenggara acara nasional demi tercapainya RAB yang faktual. Berikut merupakan contoh RAB acara nasional:

RAB ACARA NASIONAL			
Rapimnas			
Rencana Pengeluaran			
Uraian	Jumlah/Unit	Harga per Unit	Total

Venue & Akomodasi			
Venue	3 x 24 Jam	Rp,10,000,000	Rp,30,000,000
Kamar Hotel Peserta	15 x 3 Hari	Rp,550,000	Rp,24,750,000
Kamar Hotel NB	5 x 3 Hari	Rp,450,000	Rp,6,750,000
Kamar Hotel Panitia	5 x 3 Hari	Rp,450,000	Rp,6,750,000
Total			Rp,68,250,000
Kesekretariatan			
Penggandaan Surat	100	Rp,500	Rp,50,000
Kertas HVS	1 pack	Rp,80,000	Rp,80,000
Print Proposal	10	Rp,40,000	Rp,400,000
Pulpen	1 Pack	Rp,30,000	Rp,30,000
Sertifikat	5	Rp,5,000	Rp,25,000
Plakat Pembicara	5	Rp,100,000	Rp,500,000
Total			Rp,1,085,000
Ceremony			
Penari Pembukaan	1	Rp,1,000,000	Rp,1,000,000
Backdrop Welcoming	2	Rp,200,000	Rp,400,000
Main Backdrop	1	Rp,300,000	Rp,300,000
Standing Banner	2	Rp,100,000	Rp,200,000
Photo Booth	1	Rp,300,000	Rp,300,000
Id Card Delegasi	45	Rp,5,000	Rp,225,000
Id Card Panitia	60	Rp,5,000	Rp,300,000
P3K	1	Rp,300,000	Rp,300,000
Total			Rp,3,025,000
Konsumsi			

Konsumsi Tamu	10	Rp,25,000	Rp,250,000
Konsumsi Pembicara	5	Rp,25,000	Rp,250,000
Konsumsi Peserta	45 x 3 Hari	Rp,20,000	Rp,2,700,000
Konsumsi NB	15 X 3 Hari	Rp,20,000	Rp,900,000
Konsumsi Panitia	60	Rp,10,000	Rp,600,000
Total			Rp,4,700,000
Sponsorship			
Print Proposal	30	Rp,40,000	Rp,1,200,000
Print Surat	50	Rp,500	Rp25,000
Map	50	Rp,3,000	Rp,150,000
Total			Rp,1,375,000
ICT			
Sewa Kamera	2 x 3 Hari	Rp,550,000	Rp,3,300,000
Sewa Tripod	2 x 3 Hari	Rp,40,000	Rp,240,000
Total			Rp,3,540,000
Transportasi			
Biaya Operasional	3 Hari	Rp,150,000	Rp,450,000
Total			Rp,450,000
City Trip			
Sewa Bus	1 Hari	Rp,2,000,000	Rp,2,000,000
Tempat Wisata	1 Hari	Rp,2,000,000	Rp,2,000,000

Total			Rp,4,000,000
Finance			
Modal Merchandise	1	Rp,2,000,000	Rp,2,000,000
Total			Rp,2,000,000
Lainnya			
Biaya Insidentil	1	5%	Rp,4,196,250
Total Pengeluaran Keseluruhan			Rp,88,121,250
Rencana Pemasukan			
Uraian	Jumlah	Harga per Unit	Total
Registrasi peserta	45	Rp,650,000	Rp,29,250,000
Registrasi NB	15	Rp,800,000	Rp,12,000,000
Kontribusi Panitia	100	Rp,50,000	Rp,5,000,000
Merchandise	1	Rp,5,250,000	Rp,5,250,000
Sponsorship	1	Rp,30,000,000	Rp,30,000,000
Donatur	1	Rp,10,000,000	Rp,10,000,000
Dana Fakultas	1	Rp,5,000,000	Rp,5,000,000
Total Pemasukan Keseluruhan			Rp,92,621,000

b. Pembukuan

Pembukuan merupakan sebuah laporan kas keuangan sebagai pengelolaan keuangan yang ada, baik pemasukan dan pengeluaran dari sebuah organisasi

untuk mengetahui perkembangan dana dan kemampuan untuk mendanai sebuah program kerja yang ada di kas rekening tersebut. Untuk mengetahui kestabilan keuangan yang ada dalam organisasi tersebut, diciptakanlah laporan keuangan yang terbuka dan teliti agar tidak terjadi kesalahan dan kekeliruan dalam pelaporan keuangan tersebut. ALSA kita mengenal 2 jenis pembukuan yakni *Journal Entry & Cash Flow*.

1. *Journal Entry*

Pembukuan *journal entry* merupakan catatan dari setiap transaksi dalam bentuk jurnal akuntansi yang menunjukkan debit dan kredit kemudian total saldo akhir di setiap transaksi, pada kolom pertama teratas menjelaskan terkait judul, berikutnya berupa keterangan terkait waktu transaksi, transaksi apa saja, pengeluaran ataupun pemasukan, dan saldo sementara yang diakhiri dengan total saldo rekening. Berikut merupakan contoh dari pembukuan *Journal Entry*:

REKAPITULASI PENGELUARAN DAN PEMASUKAN KAS				
Tanggal	Transaksi	Debit	Kredit	Saldo
01/07/2023	Saldo Awal kepengurusan	Rp,8,000,000		Rp,8,000,000
05/07/2023	Biaya Admin Bank		Rp,12,500	Rp,7,987,500
05/07/2023	Biaya Card Charge		Rp,5,000	Rp,7,982,500
05/07/2023	Pajak		Rp,2,000	Rp,7,980,500
15/07/2023	Reimburse Google Workspace		Rp,1,00,000	Rp,6,980,500
17/07/2023	Monthly Fee		Rp,5,500	Rp,6,975,000
20/07/2023	Reimburse Zoom		Rp,100,000	Rp,6,875,000

02/08/2023	Sponsorship	Rp,2,000,000		Rp,8,875,000
05/08/2023	Reimburse Print Proposal		Rp,150,000	Rp,8,725,000
17/08/2023	Monthly Fee		Rp,5,500	Rp,8,719,500
Total				Rp,8,719,500

2. *Cash Flow*

Pembukuan *Cash Flow* merupakan sebuah catatan dari setiap transaksi dengan perhitungan dalam metode *cash flow* berupa total pemasukan per-bulannya dikurangi total pengeluaran per-bulannya dan di akhir akan ditotalkan di setiap 3 bulan, penggunaan metode *cash flow* digunakan guna mengetahui kondisi kesehatan keuangan di setiap bulannya. Dalam pembukuan *cash flow* terdapat beberapa tabel dengan penjelasan yakni di kolom teratas terdapat judul pembukuan, kolom berikutnya menjelaskan terkait waktu transaksi, keterangan kolom *cash in* merupakan transaksi pemasukan sedangkan kolom *cash out* merupakan transaksi pengeluaran, dan terakhir kolom *net cash flow* menjelaskan terkait selisih dari pemasukan dan pengeluaran.

c. Asistensi Keuangan

Asistensi Keuangan merupakan kegiatan yang dilakukan antara divisi *Financial Affairs National Board* dengan bendahara atau *Treasurer* dari acara nasional, yang bertujuan untuk menekan proyeksi terjadinya neraca defisit tuan rumah acara nasional dengan melihat gambaran dalam Rancangan Anggaran Biaya atau RAB dan rencana pendapatan. Upaya yang dilakukan berupa adanya progress report yang terstruktur dan berskala dengan menyertakan kondisi finansial acara nasional secara komprehensif baik dari panitia ke *Local Chapter* maupun *Local Chapter* dengan *National Board*.

Dalam melakukan asistensi keuangan acara nasional, berikut merupakan aspek penting yang dapat dilakukan oleh *National Board* dengan *Local Chapter* penyelenggara acara nasional:

1. Transparansi keuangan antara bendahara penyelenggara acara nasional dengan Divisi *Financial Affairs National Board*;
2. Komunikasi yang responsif, terbuka, dan jujur antara treasurer penyelenggara acara nasional dengan divisi *Financial Affairs National Board*, termasuk, namun tidak terbatas pada:
 - a. Perancangan dan realisasi RAB;
 - b. Pembukuan keuangan;
 - c. Dana Usaha; dan
 - d. Sponsor.
3. Divisi *Financial Affairs National Board* membuat sebuah *timeline* yang terstruktur terkait progress report dari divisi keuangan penyelenggara acara nasional, yang dibagi sebagai berikut:
 - a. Satu bulan sekali dalam jangka waktu 1 tahun hingga 2 bulan mendekati hari Kegiatan; dan
 - b. Lebih intens ketika memasuki 1 bulan mendekati hari kegiatan (seperti report pada hari di akhir *weekend*).

2. Divisi Sponsorship and Marketing

Divisi *Sponsorship & Marketing* merupakan divisi yang bertanggung jawab mengenai pemasukan keuangan pada sebuah kepanitiaan atau organisasi guna menunjang keuangan agar tetap stabil. Dalam arti luas *Sponsorship* merupakan hubungan timbal balik antara pihak Sponsor dengan kepanitiaan atau organisasi tertentu dimana pihak sponsor memberikan dukungan berupa dana ataupun produk tertentu dan pihak penyelenggara atau organisasi memberikan *Exposure* atau mempromosikan produk yang diberikan oleh pihak sponsor. Sedangkan *Marketing* dalam arti luas berupa teknik pemasaran suatu produk agar dikenali dan diminati oleh masyarakat sehingga produk yang ditawarkan dapat memperoleh keuntungan.

Fungsi *Marketing* dalam dunia *Sponsorship*:

- Memperkenalkan produk atau jasa
- Menarik minat konsumen

- Meningkatkan penjualan
- Meningkatkan kesadaran akan merek
- Memperluas jaringan pelanggan

Sumber Sponsor berasal dari:

- Perusahaan swasta
- Instansi Pemerintah
- Organisasi
- Media Massa

Bentuk kerjasama sponsorship sendiri dapat beragam tidak hanya berupa pemberian dana dari pihak sponsor kepada suatu kepanitiaan atau organisasi melainkan bisa juga berupa :

- Support Pembicara
- Support Akomodasi
- Potongan Harga
- Souvenir
- Venue
- Transportasi

Hal yang perlu diketahui ketika menjadi bagian dari divisi *Sponsorship & Marketing*:

a. Database Sponsorship

Database Sponsorship merupakan daftar target perusahaan maupun instansi yang dianggap berpotensi dilakukan kerjasama Sponsorship baik berupa penyaluran dana, barang ataupun jasa untuk menunjang finansial suatu kegiatan, dalam pembuatan *Database Sponsorship* ada beberapa elemen yang harus di cantumkan dalam format *Database Sponsorship*:

1. Nama Instansi
2. Jenis Instansi
3. Alamat
4. *Contact Person* (No tlp, *email*, dan lainnya)

5. Waktu Penyebaran proposal dan followup
6. Bentuk Sponsorship yang diberikan (Cth: barang, souvenir, diskon, atau dana)
7. Waktu *Input* dan *Update* data
8. Target Kontraprestasi

Source: Pedoman Pelaksanaan Renstra ALSA Indonesia 2023 - 2026

Dalam pembuatan *database sponsorship* yang aktual berikut merupakan cara-cara yang dapat dilakukan :

1. Membuat *database sponsorship* dengan *google spreadsheet* agar data tersebut bisa diakses, diedit, *diupdate* serta dibagikan dengan efisien kepada pengurus *National Board* yang lain;
2. *Database Sponsorship* ini akan diperbaharui secara berkala oleh divisi *Sponsorship & Marketing* apabila terdapat data baru mengenai *Sponsorship* yang dapat di input oleh pengurus *National Board* yang lain atau oleh divisi *Sponsorship & Marketing*.

Berikut merupakan contoh *Database Sponsorship*:

No.	Nama Instansi	Jenis Instansi	Alamat	Contact Person	Email	Waktu Penyebaran	Keterangan	Target Kontra-prestasi
1.	ABC Law Firm	Law Firm	Jakarta Jl. xxx no. 01	08-xxxx Bapak/Ibu	ABCLaw @gmail.com	15/06/2023	Pernah mem berikan uang ke acara Semunas	Dana
2.	PT ABC Tbk	Instansi Swasta	Semarang Jl. xxx no. 02	08-xxxx Bapak/Ibu	PTabc @gmail.com	15/11/2023	Pernah mem berikan potongan harga Venue Semworknas	Jasa
3.	ABC Shop	UMKM	Padang Jl. xxx no. 03	08-xxxx Bapak/Ibu	ABCshop @gmail.com	15/5/2023	Membreikan dana ke Semworknas	Dana

b. Proposal Sponsorship

Proposal Sponsorship merupakan rancangan suatu kegiatan yang akan dilaksanakan dalam bentuk tulisan maupun gambar secara jelas dan terperinci yang kemudian ditujukan kepada perusahaan atau instansi dengan tujuan untuk penawaran kerjasama Sponsorship demi mendukung finansial dari suatu kegiatan.

Berikut adalah elemen penting yang harus termuat dalam suatu proposal *sponsorship*:

1. Cover Proposal
2. Daftar Isi
3. Lembar Pengesahan
4. Kata Sambutan
5. Tentang ALSA
6. Latar Belakang
7. Rekam Jejak Acara
8. Tema Kegiatan
9. Tujuan Kegiatan
10. Peserta Kegiatan
11. Deskripsi Kegiatan
12. Susunan Acara
13. Tempat Kegiatan
14. Dokumentasi (foto pada kegiatan sebelumnya)
15. Rancangan Anggaran Biaya (berdasarkan data yang faktual dan hasil riset)
16. Mitra Kerja
17. Keuntungan & Prospek *Sponsorship*:
 - a. Media Publikasi (cantumkan semua media publikasi dan media partner yang dimiliki)
 - b. *Value* ALSA (penjelasan ALSA di ranah internasional)

- c. SDM ALSA (penjelasan anggota alsa yang aktif dan kreatif beserta keterangan jumlah member, dan alumni ALSA)
18. Paket *Sponsorship*;
 - a. Paket Utama
 - b. Paket Alternatif
19. Kontraprestasi
20. Ketentuan *Sponsorship*
21. Susunan Kepanitiaan
22. Kontak Informasi
23. Penutup

Source: Pedoman Pelaksanaan Renstra ALSA Indonesia 2023 - 2026

Proposal *Sponsorship* dibuat dengan konten yang elaboratif, detail, dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta di desain semenarik mungkin, berikut contoh proposal Sponsorship ALSA Indonesia 2023/2024:

Proposal Sponsorship Semworknas 2023.pdf

Dalam penyebaran tentunya dibutuhkan beberapa kemampuan dan tahap dalam penyebarannya, berikut beberapa kemampuan dasar yang perlu dimiliki ketika bergabung divisi *Sponsorship*:

1. Komunikasi
Kemampuan komunikasi sangat diperlukan bagi mereka yang akan termasuk kedalam divisi Sponsor, dimana dalam melakukan penawaran kerjasama dengan calon sponsor mereka harus mampu untuk berkomunikasi secara sistematis, menarik, dan sopan.
2. Negosiasi
Kemampuan bernegosiasi dalam hal ini juga sangat diperlukan selain kemampuan komunikasi, dimana jika nanti dari ada permintaan dari calon sponsor langsung dapat ditanggulangi atau dapat dinegosiasikan sampai menemukan solusi tepat.

3. Penguasaan Produk / Pengetahuan akan nilai dari Perusahaan atau Instansi yang akan di ajukan kerjasama sponsor.

Penguasaan atau pengetahuan dasar akan perusahaan atau instansi yang akan diajukan sangat diperlukan guna menyelaraskan nilai atau produk dari perusahaan dengan program kerja yang ditawarkan.

4. Analisis

Kemampuan analisis dalam hal ini diperlukan guna untuk melakukan riset terhadap perusahaan atau instansi yang akan menjadi calon sponsor, dengan kemampuan analisis, kita dapat menilai apakah perusahaan atau instansi yang akan di ajukan kerjasama Sponsorship sesuai atau selaras dengan program kerja yang akan dilaksanakan.

c. Mekanisme Pelaksanaan Pencarian Sponsorship

Dalam sebuah pencarian sponsor tentunya ada beberapa tahap yang akan dihadapi, berikut merupakan tahap-tahap dalam pencarian sponsor:

1. Mendata Perusahaan/Instansi sesuai dengan kebutuhan acara;
2. Membuat Proposal Sponsor; dan
3. Menghubungi perusahaan dalam perihal kegiatan *sponsorship* komunikasi sangatlah penting berikut ada cara- cara untuk mendapatkan dan menghubungi suatu perusahaan:
 - Jalur personal mendapatkan koneksi dari orang yang kita kenal atau rekan sehingga mendapatkan *personal contact* untuk menjelaskan secara singkat apa yang kita tawarkan lalu segera meminta *email* untuk mengirimkan proposal yang akan ditawarkan.
 - Menghubungi kantor hubungi nomor kantor pusat, jelaskan kalau kita ingin menawarkan kerjasama *sponsorship*, lalu tanya harus menghubungi kemana (biasanya divisi marketing di perusahaan) setelah dapat kontak orang terkait, lakukan hal yang sama dengan poin "jalur pribadi"

- Kirim proposal dapat dilakukan via email jika memang sudah ada jalur personal atau dapat dilakukan via Pos Indonesia untuk mengirimkan proposal fisik ke alamat yang dituju. Referensi untuk mengirimkan sebuah email ke perusahaan.

Yang terhormat

(Nama Perusahaan/Instansi)

Di-tempat,

Selamat Pagi/Siang,

Sebelumnya perkenalkan, kami dari Asian Law Students' Association National Chapter Indonesia (ALSA Indonesia), sebagai organisasi mahasiswa hukum se-Asia.

Dengan email ini, kami bermaksud untuk mengirimkan permohonan Sponsorship untuk program kerja kami yaitu **ALSA Indonesia XXXX** yang membawa tema “XXXX”. Program kerja ini merupakan **(penjelasan singkat tentang program kerja)**.

Terlampir pada email ini, kami sertakan Surat Pengantar dan Proposal Sponsorship ALSA Indonesia XXX. Besar harapan kami untuk **(Nama Perusahaan/Instansi)** dapat berkontribusi dalam acara ini, Kami percaya bahwa acara ini akan menjadi platform yang tepat bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan branding dan mendapatkan exposure yang positif.

Apabila ada pertanyaan lebih lanjut mengenai Permohonan Sponsorship ini, dapat membalas e-mail ini atau mengontak:

Gabriela Sonia Elisabeth Lumingkewas

Chief Officer of Sponsorship & Marketing

ALSA Indonesia Periode 2023 - 2024

HP : (+62) 821-9500-1132

Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Best Regards,

Dejana Adita Zahra

Vice President of Financial Affairs

ALSA National Chapter Indonesia 2023 - 2024

Phone: (+62) 89510718732

E-mail: Finance@alsaindonesia.org; dijeazzahra@gmail.com

Gabrilia Sonia Elisabeth Lumingkewas

Chief Officer of Sponsorship & Marketing

ALSA National Chapter Indonesia 2023- 2024

Phone: (+62) 82195001132

E-mail: Finance@alsaindonesia.org;
elizabethsonia604@gmail.com

4. *Follow up* pertama

Follow up pertama merupakan langkah pertama yang dilaksanakan kira – kira 2 sampai 3 hari setelah pengiriman proposal baik secara *online* maupun *offline*. Dengan *follow up* pertama ditujukan untuk mengadakan *meeting* pertama dengan calon sponsor.

5. *Meeting* pertama

Meeting Pertama merupakan suatu langkah yang sangat penting dikarenakan sudah adanya pertemuan untuk membahas kerjasama secara keseluruhan diharapkan untuk membawa *Hard Copy* Proposal yang sebaik – baiknya dan saat *meeting* dijelaskan komprehensif mungkin. Pertama selalu berikan penawaran yang bisa menguntungkan calon sponsor dengan cara menjelaskan value dari Program dan melampirkan data – data yang berguna untuk memaparkan keuntungan dan berhubungan dengan pihak tersebut. Langkah berikutnya yakni dengan memberikan penawaran kerjasama calon sponsor sesuai paket yang kita sediakan untuk memenuhi hal yang kita butuhkan. Usahakan

memberikan angka tertinggi dan harus rasional pada meeting pertama, karena perusahaan pasti bakal melakukan negosiasi. Yang harus diperhatikan memberitahukan "Semua penawaran ini bersifat *negotiable* yang menjunjung tinggi kebermanfaatan bersama".

6. *Follow up* kedua

Follow up kedua haruslah sangat diperhatikan agar proposal yang kita kirim di perhatikan terus untuk segera diurus *sponsorship*nya. Namun jika penawaran ditolak, ucapkan terimakasih dengan hormat yang berguna untuk menjaga komunikasi guna kepentingan event lain yang mungkin juga bakal mengajukan ke perusahaan tersebut.

7. Setelah *follow up*

Laporkan *progress* pada rapat internal. Tanya apakah divisi terkait sanggup memenuhi kebutuhan yang diminta atau kontraprestasi dengan, contoh perusahaan telkomsel : kalo perusahaan minta kita untuk bikin dekorasi telkomsel pada venue, tanya apakah divisi dekorasi dapat melaksanakan atau tidak.

8. *Meeting* kedua setelah *follow up*

Meeting kedua berguna untuk segera memastikan maka dari itu diharapkan untuk sudah membawa draft MOU dari pihak kita sehingga saat disana bisa langsung mendapatkan kesepakatan dan kepastian *sponsorship*.

9. Membuat *invoice* pembayaran sponsor

10. Membuat lembar pertanggung jawaban

11. Menjaga hubungan baik dengan pihak sponsor

12. Pencarian sponsor dalam instansi kementerian/BUMN berkas sponsor kementerian dalam *Sponsorship* dengan target kementerian atau BUMN memerlukan prosedur yang berbeda sehingga haruslah dengan pasti melengkapi berkas – berkas tersebut:

- a. Surat pengantar dengan ditujukan langsung ke kementerian terkait
- b. Proposal sponsor
- c. Surat keterangan struktur pengurus organisasi

- d. NPWP dan No Rek atas nama lembaga (Dapat diurus ke Dekanat atau Rektorat masing – masing jika tidak memenuhi NPWP dengan perizinan ke kampus ke bagian keuangan)

Ini semua adalah tahap-tahap standar yang dilakukan divisi sponsor, bisa jadi berubah tergantung situasi dan kondisi. Jadi selalu jaga komunikasi dengan para pimpinan acara dan jangan sampai berhenti berkomunikasi dan *update* untuk menjaga hubungan sehingga dapat berkelanjutan. Siapkan tim yang baik untuk bertemu pihak perusahaan, selalu bagi tugas untuk melakukan negosiasi yang biasanya terdiri dari satu orang menjelaskan, satu orang menekan, satu orang netralisir / mencairkan suasana tujuannya agar meeting berjalan lancar dan sesuai harapan. Selalu Berpikiran yang tenang, hati dan doa untuk mengerjakan sesuatu. Jangan patah semangat, selalu ingat ada ribuan perusahaan diluar sana yang butuh branding di sebuah event atau program.

Setelah mengikuti langkah di atas, ada beberapa hal yang dapat menyebabkan pihak sponsor menolak kerjasama yaitu:

1. Konsep tidak menarik;
2. Jumlah peserta terlalu sedikit;
3. Kontraprestasi yang ditawarkan tidak sesuai; dan
4. Konsep acara tidak sesuai dengan misi sponsor.

Setelah mendapatkan dan berhasil mendapatkan sponsor, hal-hal yang harus dilakukan setelah mendapatkan sponsor adalah sebagai berikut:

1. Mengundang pihak sponsor untuk datang ke acara; dan
2. Berikan sebuah piagam penghargaan.

3. Divisi Entrepreneurship

Divisi *Fundraising & Merchandise* merupakan divisi yang bertanggung jawab mengenai pencarian dana untuk pemasukan keuangan pada sebuah kepanitian ataupun organisasi dalam melakukan penjualan produk yang sesuai seperti *Merchandise*. Hal Dasar yang harus diketahui ialah;

a. Pencarian Dana

Pencarian dana dalam sebuah organisasi merupakan salah satu aspek penting yang harus dilakukan karena dengan adanya program kerja membutuhkan dana untuk membeli kebutuhan sehingga program kerja tersebut terlaksana dengan baik dan maksimal. Pencarian dan juga memiliki banyak jenis dan cara untuk pelaksanaannya yang baik, contohnya sebagai berikut;

1. Pencarian dana dari penjualan suatu produk

Pencarian dana dengan penjualan merupakan cara paling umum yang digunakan, dengan menjual barang-barang seperti produk *Merchandise* dan mengambil keuntungan dari penjualan tersebut untuk hasil dana sebagai pemasukan dana, berikut beberapa contoh penjualan suatu produk;

- Merchandise*;
- Food & College Stuffs*; dan
- Produk yang pasarnya sedang diminati oleh masyarakat.

2. Pencarian dana melalui penjualan suatu jasa

Dalam melakukan pencarian dana melalui penjualan suatu jasa dapat dilakukan ketika ada sesuatu *skill* kekhususan, misalnya dalam penjualan jasa pembuatan sebuah desain grafis tentunya di butuhkan seseorang yang ahli dalam melakukan pembuatan desain grafis namun dalam penjualan jasa tidak semuanya membutuhkan sebuah *skill* yang khusus dalam penjualan sebuah jasa, berikut beberapa contoh penjualan sebuah jasa :

- Jasa Pembayaran;
- Jasa Titip Belanja;
- Jasa Gojek/pengantaran;
- Jasa Promote dagangan;
- Jasa Pembuatan Paper/Printing; dan
- Jasa Editing desain grafis.

3. Pencarian Dana Melalui Open Donasi

Dalam melakukan pencarian dana melalui *open* donasi biasa dilakukan ketika dalam melakukan kegiatan yang membutuhkan bantuan dari berbagai pihak contohnya kegiatan *charity day* yang dimana memfokuskan dalam membantu sebuah kelompok orang yang kurang mampu, atau sedang terkena bencana dalam *open* donasi tidak harus dilakukan hanya untuk kegiatan yang manusiawi tapi bisa saja dalam kegiatan-kegiatan yang membutuhkan dana yang cukup banyak dengan cara membawa sebuah proposal ke pihak luar dan biasanya banyak perusahaan yang akan membantu dengan mengeluarkan sebuah dana demi menunjang keberlangsungan kegiatan demi menunjang keberlangsungan kegiatan.

- Open donasi *Charity*
- Open Donasi *Garage Sale*
- Open Donasi Kegiatan

Tahap-Tahap dalam pencarian dana;

1. *See Your Target* and your *Opportunities*

Melihat seberapa besar peluang dan target yang bisa dicapai dalam pencarian dana.

2. *Realistic*

Mempertimbangkan segala sesuatu yang bisa menjadi kendala dan mencoba realistis dengan kondisi keuangan serta target pasar.

3. *Ways*

Melakukan pemetaan yang baik dalam setiap langkah pencarian dana.

4. *More Creative*

Mencari ide-ide serta inovasi yang mampu menarik pembeli dalam nilai tawar yang tinggi.

5. *Set The Goals*

Memiliki tujuan serta niat yang tinggi untuk mencari dana dengan sepenuh hati (*effortless*), akan mendatangkan keuntungan yang banyak juga dengan penuh manfaat.

b. Database Vendor

Database Vendor *Merchandise* merupakan daftar target vendor/*clothing* yang dianggap baik dalam memproduksi barang-barang dagangan demi mempermudah nantinya dalam pemilihan vendor ketika ingin memproduksi *merchandise*, berikut adalah elemen - elemen penting yang terdapat dalam suatu database merchandise:

1. Nama Vendor
2. Jenis Vendor
3. Kisaran Harga
4. Alamat Vendor
5. Kontak/ Sosial Media Vendor

Dalam melakukan pembuatan database vendor *merchandise* yang mutakhir dan update, Berikut merupakan cara-cara yang dapat dilakukan dalam pembuatan database :

1. Terciptanya database vendor yang berbasis online dalam bentuk Google Sheets agar data terkait mudah untuk diakses sebagai data yang update, sehingga dapat dipakai sesuai kebutuhan secara efektif dan maksimal; dan
2. Database vendor ini senantiasa diperbaharui dan dilengkapi apabila terdapat data baru mengenai vendor yang dapat di input oleh pengurus.

c. Standarisasi Merchandise

Dalam pembuatan *Merchandise* untuk *National Chapter* atau penyelenggara acara diharapkan membuat sebuah brand atau nama tersendiri (contoh : shop.alsaindo) pendataan serta analisis yang jelas. Standarisasi yang diharapkan dalam pembuatan *merchandise* haruslah setara dan menggunakan bahan dengan kualitas terbaik contoh sebagai berikut:

- Kaos
 - Bahan : 30s, 24s, dan 20s Combed/Hard Cotton
 - Harga umum : Rp.45.000 – 65.000/pcs
- Tote Bag
 - Bahan : Kanvas
 - Harga umum : Rp. 40.000 - Rp.60.000/pcs

- Keychain
 - Bahan : Acrylic satu sisi
 - Harga umum : Rp.10.000/pcs

d. Survey Merchandise

Survey Merchandise merupakan tahap awal ketika akan memproduksi sebuah *merchandise*, tahap ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ketertarikan pasar terkait produk yang lebih diminati oleh member maupun masyarakat umum untuk *merchandise* yang akan mereka beli, *survei* dapat dilakukan melalui google form ataupun story instagram, berikut merupakan contoh dalam melakukan survei:

e. Tips & Trick Penjualan Merchandise

Dalam penjualan sebuah *merchandise* tentunya sangat dibutuhkannya beberapa *tips & trick* sebagai strategi pemasaran produk demi meningkatnya sebuah penjualan sehingga pemasukan dana dari segi penjualan *merchandise* dapat maksimal, berikut beberapa *tips & trick* yang dapat digunakan dalam sebuah penjuala:



- Melihat Kondisi Pasar
 - Tentukan jelas pasar yang menjadi target demi tercapainya tujuan dan keuntungan yang akan di dapat, dengan menciptakan produk yang inovatif

tapi tetap dengan kondisi pasar, membuat produk yang ditawarkan akan lebih menarik daya jualnya.

□ Carilah Momen yang Tepat

Moment yang tepat akan mempermudah seorang penjual menjualkan produknya. Menyesuaikan apa yang sedang dibutuhkan dan Trend menjadi peluang besar untuk memanfaatkan keuntungan.

□ Memanfaatkan Google Form

Dalam melakukan penjualan tentunya sangat dibutuhkan sebuah data dari para konsumen untuk memudahkan dalam melakukan transaksi dan pengiriman *merchandise*, dengan begitu dengan memanfaatkan google form merupakan suatu yang tepat untuk mengatasi hal-hal tersebut. Berikut merupakan contoh penjualan melalui google form:

<https://bit.ly/OrderMerchALSAIndonesia>

□ Mempertimbangkan Harga Pasar

Harga pasar akan menjadi fokus lainnya bagi seorang pembeli, dengan kualitas yang bagus namun harga pasarnya tetap masuk dengan pembeli akan membuat produk terjual dengan banyak.

● Pembuatan *Bundle Packaging*

Pembuatan paket *merchandise* akan sangat membantu untuk menarik perhatian para pembeli untuk membeli *merchandise* lebih satu karena mendapatkan harga lebih murah dibandingkan harus membeli satu buah, dalam paket *merchandise* biasanya terdapat *merchandise* yang beragam. Berikut merupakan contoh *Bundle Packaging*:



- *Share & Followup Social Media*
Social media merupakan media paling efektif pada zaman sekarang, mudah dan sering diakses oleh segala kalangan seperti instagram, wa, dan line yang dimana bisa dijadikan sebagai pusat promosi dan informasi produk-produk *merchandise* sehingga lebih *accessible* dan mempermudah member apabila ingin melihat atau bahkan membeli *merchandise*.
- *Konten Yang Menarik*
Seiring dengan perkembangan teknologi, Pengaruh social media sangat tinggi bagi penyebaran atau *branding* suatu produk melalui beberapa platform. *Branding* produk yang dilakukan dengan pembuatan Konten yang menarik menjadi salah satu cara meningkatkan pembelian dengan menawarkan suatu produk dengan cara memperlihatkan beberapa sudut produk dengan pembuatan konten yang pastinya harus sesuai dengan target masa yang ditujukan.
- *Personal Approach*
Selain media sosial, *personal approach* juga sangat penting dengan menawarkan secara langsung kepada orang lain bisa mulai dari teman terdekat hingga sesama member ALSA Tersebut. Apabila ada event atau rapat dimana banyak anggota ALSA, kamu dapat memanfaatkan hal tersebut dengan mengedarkan poster yang sudah di print yang berisikan *merchandise*, dan buat sebuah form untuk langsung mengakomodir pesanan mereka.
- *Berikan Jangka Waktu*
Apabila kita ingin membuat sesuatu promo khusus terhadap *merchandise*, maka kita juga harus menentukan jangka waktu promo tersebut sehingga konsumen akan lebih terpacu untuk membeli karena adanya batas waktu. Sebagai contoh, tentukanlah jangka waktu promo "*special price*" untuk pembelian 2 item yang sama dah harus dilakukan pembayaran lunas selama 10 hari dari tanggal sekian sampai sekian, jika tidak dilakukan pelunasan atau pemesanan di luar jangka waktu tersebut, maka harga akan kembali normal.

IV. PENUTUP

Divisi keuangan merupakan suatu divisi yang sangat krusial dalam suatu organisasi, maka dari itu harus ada pedoman dan standar yang jelas dalam menjalankan fungsinya agar dapat membantu mengembangkan suatu organisasi tersebut. *Financial Guidelines* ini diharapkan bisa dijadikan acuan dan landasan teman-teman *Local Chapter* maupun pengurus selanjutnya untuk menjalankan divisi finansial di *Local Chapter* maupun *National Chapter* sehingga membentuk suatu divisi yang kuat dan arahan yang jelas di masing – masing *Local Chapter*.



**NATIONAL CHAPTER
INDONESIA**

ALSA, ALWAYS BE ONE!

Drafted by: Vice President of Financial Affairs ALSA National Chapter Indonesia 2023/24