



FINANCIAL GUIDELINES

**ASIAN LAW STUDENTS' ASSOCIATION
LOCAL CHAPTER UNIVERSITAS SRIWIJAYA 2025-2026**



www.alsalcunsri.org



@alsalcunsri



ALSA LC Unsri



alsalcunsri@gmail.com

Kata Sambutan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Shalom
Om Swastiastu
Namo Buddhaya
Salam Kebajikan

Segala puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, petunjuk, dan kekuatan-Nya, sehingga *Financial Guidelines* Vol. VI ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya dapat dirampungkan dengan baik. Penyusunan dokumen ini merupakan wujud kerja keras dan langkah pembaruan yang terus kami upayakan untuk memperkuat fondasi pengelolaan keuangan di ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya.

Pedoman ini disusun dengan fokus pada peningkatan kualitas tata kelola dana, mulai dari perencanaan anggaran yang matang, strategi pendanaan yang lebih terstruktur, hingga pelaporan keuangan yang baik dan transparan. Setiap elemen dalam dokumen ini dirancang agar sejalan dengan arah gerak organisasi dan mendukung pencapaian visi-misi sesuai Rencana Strategis ALSA Indonesia.

Dengan rasa bangga, kami menghadirkan *Financial Guidelines* Vol. VI sebagai panduan yang diharapkan dapat membantu seluruh anggota memahami alur finansial organisasi dan membangun budaya pengelolaan keuangan yang lebih profesional. Besar harapan kami, pedoman ini tidak hanya menjadi pegangan teknis, tetapi juga membuka ruang bagi inovasi dan penyempurnaan di masa depan.

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan ide, waktu, dan tenaga dalam penyusunan dokumen ini. Semoga setiap pembaca dapat menggali nilai, manfaat, serta semangat yang terkandung di dalamnya, selaras dengan tujuan mulia ALSA Indonesia.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Shalom
Om Shanti Shanti Shanti Om
Namo Buddhaya

*Last but not least.
Show your contribution,
develop your skills,
and connect to others.*

ALSA, Always be One!



Aliyah Nur Annisa Putri

Vice Director of Financial Affairs
ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya 2025/2026

Daftar Isi

I.	PENDAHULUAN	3
1.	LATAR BELAKANG	3
2.	TUJUAN	3
3.	SASARAN	3
II.	PERMASALAHAN	4
III.	<i>VICE DIRECTOR OF FINANCIAL AFFAIRS</i>	4
1.	MANAJEMEN KEUANGAN OLEH <i>VICE DIRECTOR OF FINANCIAL AFFAIRS</i>	5
A.	LAPORAN KEUANGAN	5
B.	RENCANA ANGGARAN BIAYA	5
C.	METODE PEMBAYARAN	7
2.	KEBIJAKAN DALAM MENGATASI DEFISIT	7
3.	<i>TREASURER APPRECIATION</i>	7
IV.	<i>FUNDRAISING</i>	8
1.	PRODUK <i>MERCHANDISE</i> OLEH <i>FUNDRAISING DIVISION</i>	8
A.	STANDAR <i>MERCHANDISE</i>	8
B.	SURVEY <i>MERCHANDISE</i>	9
C.	PEMBUATAN KATALOG <i>MERCHANDISE</i>	9
D.	PEMBUATAN <i>BUNDLING MERCHANDISE</i>	10
E.	DATABASE <i>VENDOR MERCHANDISE</i>	10
2.	FUNDRAISING MELALUI JASA	11
3.	PENCARIAN DANA MELALUI OPEN DONASI	11
4.	LANGKAH EFEKTIF DALAM MELAKUKAN PENJUALAN	12
V.	<i>SPONSORSHIP DAN STRATEGIS MARKETING</i>	12
1.	PROPOSAL <i>SPONSORSHIP</i>	13
A.	KOMPOSISI	13
B.	PAKET SPONSOR	14
C.	CONTOH TABEL KONTRAPRETASI	14
D.	CONTOH PROPOSAL	15
2.	<i>DATABASE SPONSORSHIP</i>	15
3.	<i>SPONSOR INVITATION CARD</i>	16
4.	ALUR PENGAJUAN PERMOHONAN <i>SPONSORSHIP</i>	16
VI.	<i>STANDARD OPERATING PROCEDURE</i>	19
VII.	PENUTUP	23

I. PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG

Keuangan memegang peranan yang sangat krusial dalam setiap organisasi. Pengelolaan keuangan menjadi aspek penting yang harus diterapkan guna mencegah terjadinya kekurangan dana pada program kerja serta mengoptimalkan keuntungan demi menambah pemasukan kas organisasi, sekaligus menunjang seluruh kegiatan operasional. Departemen *Finance* berperan sebagai unit yang mengatur aliran dana organisasi dan menjadi bagian yang amat menentukan bagi keberlanjutan organisasi itu sendiri. Meski demikian, proses pengelolaan keuangan tidak jarang menghadapi berbagai hambatan, seperti risiko defisit, kesulitan memperoleh dana untuk kebutuhan *fundraising*, tantangan dalam mencari calon sponsor potensial untuk mendukung pendanaan program kerja, dan berbagai kendala lainnya. Permasalahan semacam ini tidak hanya dialami oleh ALSA *Local Chapter* Universitas Sriwijaya, sehingga Rencana Strategis ALSA Indonesia menugaskan perlunya penyusunan sebuah pedoman mengenai sistem pendanaan yang ideal. *Financial Guidelines* Vol. VI ALSA *Local Chapter* Universitas Sriwijaya diperbarui sebagai upaya untuk mengatasi berbagai tantangan yang sering muncul dalam proses pendanaan di lingkungan ALSA *Local Chapter* Universitas Sriwijaya.

2. TUJUAN

Financial Guidelines ALSA *Local Chapter* Universitas Sriwijaya ini dibuat dengan tujuan:

- Terciptanya tata kelola keuangan yang baik;
- Memaksimalkan sumber pendapatan yang dimiliki;
- Mengurangi potensial defisit dalam suatu program kerja;
- Memaksimalkan pencarian dana baik dari *Sponsorship* maupun *Fundraising*; dan
- Menjadi acuan dalam pengelolaan keuangan setiap program kerja.

3. SASARAN

- Tata kelola keuangan yang sistematis dan transparan;
- Kondisi keuangan yang stabil;
- Pembukuan yang rapi, aktual, dan faktual;
- Meningkatkan standar mutu dalam pembuatan *merchandise*; dan
- Meningkatkan daya tarik untuk menjaring sponsor.

II. PERMASALAHAN

Berdasarkan peninjauan terhadap Laporan Pertanggungjawaban dalam dua tahun terakhir, ditemukan beberapa persoalan yang kerap muncul, antara lain:

1. Potensi terjadinya defisit pada program kerja,
2. Variasi masalah keuangan yang berubah dari tahun ke tahun,
3. Belum tersedianya sistematika yang benar-benar ideal sebagai pedoman dalam menangani isu pencairan dana maupun proses pembukuan yang terstruktur,
4. Kebutuhan untuk merevisi *Financial Guidelines* agar pengelolaan keuangan ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya dapat meningkat dari tahun ke tahun.

III. VICE DIRECTOR OF FINANCIAL AFFAIRS

Vice Director of Financial Affairs adalah seseorang yang diberikan amanah oleh *Director* yang telah dirancang dalam sistem kepengurusan ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya yang secara tugas, pokok, dan fungsi memiliki kesamaan dengan *Treasurer* dalam hal pencatatan arus masuk dan keluar kas. Namun, *Vice Director of Financial Affairs* lebih terfokus dan fleksibel dalam memberikan asistensi di bidang keuangan. Tidak hanya sebatas pencatatan pemasukan dan pengeluaran keuangan organisasi, akan tetapi juga berkaitan dengan marketing, strategi keuangan, dan *digital payment*, sehingga tugasnya tidak hanya terbatas pada mengelola keuangan, namun juga dituntut untuk dapat memberikan asistensi lebih kepada *Manager of Sponsorship Division* dan *Manager of Fundraising Division*. Dalam kepengurusan ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya, *Vice Director of Financial Affairs* memiliki tugas, pokok, dan fungsi sebagai berikut:

- Menyelenggarakan strategi kepengurusan keuangan ALSA LC Unsri;
- Membuat dan melaksanakan strategi *marketing* ALSA LC Unsri;
- Menjalankan strategi keuangan;
- Mengkoordinir relasi kepada pihak strategis, divisi *Fundraising* dan divisi *Sponsorship* untuk kepentingan ALSA LC Unsri;
- Menyelenggarakan dan menjamin terlaksananya tugas pengumpulan kontribusi dana anggota ALSA LC Unsri;
- Menyelenggarakan kegiatan keuangan dengan asas transparansi dan akuntabilitas;
- Menjalankan prinsip-prinsip profesionalitas; dan
- Melaksanakan tugas-tugas khusus yang diberikan oleh *Director*.

1. MANAGEMENT KEUANGAN OLEH VICE DIRECTOR OF FINANCIAL AFFAIRS

Dalam hal manajemen siklus keuangan, *Vice Director of Financial Affairs* membuat laporan keuangan dan Rencana Anggaran Biaya (RAB), baik RAB tahunan *Local Chapter* ataupun RAB program kerja. Hal ini ditujukan agar terciptanya pembukuan yang rapi dan faktual serta adanya proyeksi keuangan yang realistis sehingga dapat tercapainya suatu tata kelola keuangan yang baik.

a. Laporan Keuangan

Pada saat Pra-musyawarah Lokal dan Musyawarah Lokal, *Vice Director of Financial Affairs* membuat laporan rekapitulasi pemasukan dan pengeluaran *Local Chapter* yang mana kegiatan rekapitulasi pemasukan dan pengeluaran kas *Local Chapter* ini dilakukan dengan cara membuat laporan keuangan untuk menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu yang dibuat agar dapat memberikan transparansi kepada seluruh keanggotaan terkait arus keluar masuk keuangan dari *Local Chapter* itu sendiri. Berikut merupakan contoh tabel laporan keuangan yang digunakan oleh ALSA LC Unsri:

No.	Tanggal	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran	Jumlah
1.	06/12/2025	Transisi kas kepengurusan 2024/2025	Rp131.260.822	-	-

b. Rencana Anggaran Biaya (RAB)

Rencana anggaran biaya merupakan sebuah perkiraan arus dana yang nantinya akan menjadi tolak ukur bagi keberlangsungan suatu program kerja atau *Local Chapter* dalam perjalanan kegiatan-kegiatannya. Rencana anggaran biaya ini juga ditujukan agar kepanitiaan program kerja dapat lebih terarah dan menjadi dorongan khususnya bagi kepanitiaan *fundraising* dan/atau *sponsorship* untuk dapat melakukan pencarian dana yang maksimal. Dalam membuat rencana anggaran biaya perlu memperhatikan laporan pertanggungjawaban keuangan sekurang kurangnya pada 2 periode sebelumnya pada masing-masing proker terkait agar dapat meminimalisir hal yang tidak perlu dan dapat menekan biaya.

Berikut merupakan contoh Rencana Anggaran Biaya (RAB) program kerja:

Rencana Anggaran Biaya
(Nama Program Kerja)
ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya
2025/2026

I. Biaya Pemasukan

No	Keterangan	Jumlah

Total Biaya Pemasukan : Rp
Terbilang

II. Biaya Pengeluaran

No	Keterangan	Jumlah

Total Biaya Pemasukan : Rp
Terbilang

Total Dana yang Dibutuhkan
Pemasukan
Rekapitulasi Biaya Pengeluaran
Saldo *Surplus*
Terbilang

Project Officer,

Tempat, Tanggal Bulan dan Tahun
Treasurer,

Nama
NIM.

Nama
NIM.

Pada periode kepengurusan sebelumnya, ALSA LC Unsri berhasil mendapatkan *partner sponsor* yakni instansi yang menjadi *official sponsor* tahunan ALSA LC Unsri. Sponsor tahunan ALSA LC Unsri tersebut berguna untuk membantu menunjang keuangan ALSA LC Unsri pada program kerja selama satu periode kepengurusan.

c. Metode Pembayaran

Di era globalisasi 4.0 yang serba digital, segala transaksi keuangan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Sehingga, ALSA LC Unsri pada kepengurusan kali ini telah mengeluarkan rekening khusus atas nama ALSA LC Unsri selain untuk mempermudah dalam melakukan transaksi yang berkaitan dengan kegiatan ALSA, hal ini juga berguna untuk menjaga transparansi dan akuntabilitas dalam sistem pencatatan keuangan ALSA LC Unsri.

2. KEBIJAKAN DALAM MENGATASI *DEFISIT*

Dalam pengelolaan keuangan, kerap kemungkinan terjadinya risiko-risiko, salah satunya adalah risiko *defisit*, ALSA LC Unsri menerapkan kebijakan dalam hal mengatasi *defisit*. Untuk program kerja yang mengalami *defisit*, akan diberikan modal *fundraising* untuk melakukan penjualan selama 1 bulan sejumlah 20% dari total *defisit*. Pemberian modal ini akan dilakukan secara bertahap, yakni 10% untuk tahap pertama, dan tahap kedua adalah berjumlah 10% setelah ditambah dengan untung penjualan pertama.

Contoh: Proker A *defisit* Rp1.000.000 akan diberikan modal Rp100.000 sebagai modal untuk melakukan penjualan, apabila untung dari penjualan pertama Rp50.000 maka modal kedua yang akan diberikan adalah Rp50.000 (akumulasi 10% dari untung penjualan)

3. *TREASURER APPRECIATION*

Di samping banyak hal yang diupayakan untuk mencapai pencarian dana yang maksimal, diperlukan juga adanya dukungan moral bagi setiap kepanitiaan program kerja. Dalam hal ini, dibuatlah suatu upaya apresiasi berupa *awarding* kepada *Treasurer* program kerja dan *Coordinator of Treasurer* terbaik atas dedikasinya dalam membantu pelaksanaan salah satu tugas pokok dan fungsi *Vice Director of Financial Affairs ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya*. *Awarding* ini juga ditujukan agar memotivasi setiap *Treasurer* program kerja dan *Coordinator of Treasurer* agar dapat memberikan kontribusi lebih kepada ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya.

Kegiatan pelaksanaan pemberian *awarding Best Treasurer Program Kerja* dan *Best Coordinator of Treasurer* ini dilakukan sebanyak dua kali selama satu periode kepengurusan 2025/2026, yakni yang akan diumumkan pada Pra-Musyawarah Lokal dan yang kedua akan diumumkan pada Musyawarah Lokal. Pemilihan *Best Treasurer Program Kerja* dan *Best Coordinator of Treasurer* ini dinilai berdasarkan poin-poin penilaian yang telah ditentukan oleh *Vice Director of Financial Affairs ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya*, misalnya pada periode kepengurusan 2025/2026 poin penilaian tersebut terdiri atas koordinasi, yakni bagaimana komunikasi *Treasurer* program kerja dengan *Vice Director of Financial Affairs ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya* terkait pelaporan keadaan keuangan program kerja dari awal terpilih hingga program kerja selesai; yang kedua adalah administrasi terkait kesesuaian format dan ketepatan waktu pengumpulan laporan keuangan akhir program kerja; dan kreativitas *Treasurer* program kerja dalam mengatur strategi dan menyiapkan inovasi untuk membantu pemasukan dana dari program kerja terkait.

IV. FUNDRAISING

Fundraising merupakan suatu proses atau suatu cara menghimpun dana yang pada ALSA LC Unsri dikelola oleh *Manager of Fundraising Division* bersama dengan para staf dan pre-staff dari *fundraising division* itu sendiri. Salah satu tugas pokok dan fungsi dari *Manager of Fundraising Division* sebagai pengelola *fundraising* adalah menyelenggarakan usaha-usaha untuk kepentingan *fundraising* ALSA LC Unsri yang mana usaha-usaha ini diantaranya adalah melalui produksi *merchandise*, melakukan penjualan makanan, melakukan penjualan jasa, dan lain sebagainya.

1. PRODUKSI MERCHANDISE OLEH FUNDRAISING DIVISION

Dalam penyelenggaraan usaha *fundraising* untuk kepentingan ALSA LC Unsri, *Fundraising Division* melakukan produksi *merchandise* yang dipasarkan melalui akun Instagram resmi milik *fundraising* ALSA LC Unsri yakni @alsa.factory, *merchandise* yang diproduksi ini dapat berupa *T-shirt*, *tote bag*, *keychain*, *sticker pack*, *notebook*, dan lain sebagainya.

a. Standar Merchandise

Merchandise yang merupakan salah satu penunjang *fundraising* baik bagi *local chapter* maupun bagi program kerja membutuhkan sebuah standar yang ditujukan agar terjaga kualitas dari *merchandise* yang dibuat.

Contoh standar merchandise yang biasa digunakan ALSA LC Unsri adalah:

- *T-shirt*: Material *cotton combed* dan sablon plastisol, dengan *range* modal Rp60.000 - Rp70.000/pcs
- *Tote Bag*: Material kanvas, dengan *range* modal Rp25.000 - Rp40.000/pcs
- *Keychain*: Material *acrylic*, dengan *range* modal Rp5.000 - Rp10.000/pcs
- *Sticker pack*: Material *vinyl laminasi glossy*, dengan *range* modal Rp2.500 - Rp5.000/pcs
- *Notebook hardcover*: dengan *range* modal Rp30.000 - Rp50.000

b. Survey Merchandise

Dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ketertarikan dan *market* mengenai *merchandise* yang akan dijual. Survey dapat dilakukan melalui *Google Form* atau *Instagram Story*.

c. Pembuatan Katalog Merchandise

Dalam melakukan penjualan, promosi merupakan hal yang utama yang harus dilakukan oleh penjual. Promosi yang hanya dilakukan melalui perkataan akan dirasa kurang menarik, karena gambar kerap lebih menarik perhatian seseorang. Maka, hal yang harus dilakukan oleh pengelola *fundraising* ketika telah mengeluarkan *merchandise*, baik untuk keperluan *Local Chapter* maupun keperluan program kerja adalah membuat katalog *merchandise* yang dapat berupa suatu flyer promosi atau lain sebagainya yang dapat mengubah sudut pandang individu terhadap suatu barang atau produk sehingga tertarik untuk membeli. Berikut adalah contoh katalog guna keperluan promosi *merchandise Local Chapter* dan program kerja:



d. Pembuatan *Bundling Merchandise*

Selain membuat katalog, juga dapat dilakukan cara lain untuk menarik perhatian para pembeli, yakni membuat *bundle*. Penjualan *merchandise* melalui *bundling* ini dapat menjadi suatu strategi agar harga barang terlihat lebih murah atau lebih *affordable* untuk dibeli. Hal ini dilakukan dengan cara menggabungkan beberapa *merchandise* yang dijual menjadi satu paket dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan membeli barang tersebut tanpa paket *bundling*. Selain menarik perhatian dengan harga yang lebih murah, strategi ini juga dapat membantu penjual agar dapat lebih mudah dalam melakukan penjualan terhadap produk yang kurang laku atau kurang diminati.



e. *Database Vendor Merchandise*

Database Vendor Merchandise merupakan daftar tempat yang dianggap baik untuk memproduksi barang dagangan. Berikut elemen yang harus ada dalam *database vendor merchandise*:

- Nama *vendor*
- Jenis *vendor*
- Kisaran harga
- Alamat *vendor*
- Kontak *vendor*

Berikut cara yang dapat dilakukan untuk memutakhirkan *database vendor*:

1. Terciptanya *database* berbasis *online* dalam bentuk *Google Sheets* agar data terkait dapat dikelola dengan baik;
2. *Database vendor* senantiasa diperbarui dan dilengkapi apabila ada pengurus yang baru.

Berikut merupakan contoh *database vendor*:

No.	Nama Vendor	Jenis Merchandise	Kisaran Harga	Alamat	Kontak
1.	Cititex	T-Shirt	Rp60.000 - Rp70.000	Jl. Jaksa Agung R. Soeprapto No. 36D	08xxxxxx
2.	Printlagi	Sticker	Rp2.000 - Rp5.000	Jakarta Pusat	08xxxxxx

2. FUNDRAISING MELALUI JASA

Pencarian dana yang dilakukan oleh pengelola *fundraising* ALSA LC Unsri tidak hanya sebatas melakukan penjualan suatu barang atau produk, namun juga dapat dilakukan melalui penjualan suatu jasa. *Fundraising* melalui jasa yang telah diterapkan di ALSA LC Unsri berupa jasa titip makanan, namun masih banyak penjualan sebuah jasa lainnya yang juga dapat dilakukan yakni jasa pembayaran, jasa titip belanja, jasa *promote* dagangan, dan jasa-jasa lainnya.

3. PENCAIRAN DANA MELALUI OPEN DONASI

Pencarian dana melalui *open* donasi dapat dilakukan dengan catatan khusus untuk kegiatan yang membutuhkan bantuan. Contohnya pada kegiatan ALSA Berbagi yang diselenggarakan untuk membantu sebuah kelompok orang yang kurang mampu ataupun sedang terkena musibah seperti kebakaran dan banjir.

Bentuk pencarian dana antara lain:

- *Open* donasi *Charity*
- *Open* donasi *Garage sale*
- *Open* donasi Kegiatan

Tahap-tahap pencarian dana:

1. Tahap pertama yang harus dilakukan menetapkan target yang akan dicapai;
2. Target yang ingin dicapai harus realistis dengan mempertimbangkan segala kendala yang mungkin akan terjadi;
3. Menentukan dengan metode apa yang akan dilakukan ketika tahap pengumpulan dana; dan
4. Mencari ide kreatif dan inovatif untuk menunjang kegiatan dapat terlaksanakan dengan baik.

4. LANGKAH EFEKTIF DALAM MELAKUKAN PENJUALAN

- a. Mencari momen yang menarik;
- b. Melihat kondisi pasar;
- c. Menentukan barang yang akan dijual dan target pembeli;
- d. Menentukan harga yang sesuai;
- e. Barang yang dijual dikemas dengan *packaging* yang menarik;
- f. Melakukan *survey* untuk mendapatkan harga yang paling menguntungkan;
- g. Melakukan promosi secara *intens* melalui *chat* atau promosi secara langsung;
- h. Melakukan produksi barang;
- i. Memulai penjualan serta melakukan promosi kembali dengan menawarkan penawaran menarik seperti *bundling*, potongan harga, dan penawaran lainnya jika diperlukan agar dapat menarik lebih banyak pembeli; dan
- j. Melakukan *approaching* yang baik dalam meminta pembayaran setelah transaksi jual beli.

V. SPONSORSHIP DAN STRATEGI MARKETING

Divisi *sponsorship* merupakan salah satu divisi penunjang suatu kegiatan dengan cara bekerja sama dengan pihak luar baik dalam bentuk dukungan materi maupun finansial yang diberikan oleh suatu badan perusahaan. Sementara *sponsorship* merupakan suatu bentuk atau kegiatan yang telah disepakati oleh pihak *sponsor* sehingga dapat menunjang dan mendukung penyelenggaraan acara yang bersangkutan.

Bentuk *sponsor* tidak hanya sebatas uang, namun dalam bentuk sebagai berikut:

- *Support Pembicara*
- *Souvenir*
- Potongan Harga
- *Support Akomodasi*
- *Venue*
- Transportasi
- Diskon Produk Perusahaan

Untuk melakukan kerjasama dengan pihak *sponsor*, banyak hal yang harus dilakukan dan diperhatikan yang diantaranya adalah melakukan pemetaan target *sponsor* guna keefektifitasan kerja sama, membuat proposal yang baik agar dapat menarik pihak *sponsor*, menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dengan pihak *sponsor*.

Sumber *sponsorship* antara lain:

- Instansi;
- Perusahaan Swasta;
- Media Massa;
- Organisasi; dan
- Asosiasi Profesi

Marketing merupakan suatu bentuk teknik pemasaran dengan cara membuat dan membagikan konten yang bermanfaat, dikemas dengan semenarik mungkin dan konsisten untuk dapat menarik minat para *audiens* guna mendapatkan keuntungan. Fungsi *marketing* sebagai berikut:

- Menarik minat dan perhatian konsumen terhadap produk yang ditawarkan;
- Mengenalkan produk atau jasa yang ditawarkan;
- Meningkatkan penjualan; dan
- Memperluas jaringan pelanggan untuk menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan.

Hal dasar yang wajib diketahui mengenai *sponsorship*, antara lain:

1. **PROPOSAL SPONSORSHIP**

a. Komposisi

Pada proposal yang dibuat oleh *Manager of Sponsorship Division* ataupun koordinator *sponsorship* pada suatu program kerja setidaknya-tidaknya harus memuat:

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
 - Media Publikasi
 - *Value* ALSA
 - SDM ALSA
10. Paket *Sponsorship*
 - Paket Utama
 - Paket *Alternative*

- 11. Kontraprestasi
- 12. Ketentuan *Sponsorship*
- 13. Susunan Kepanitiaan
- 14. Kontak Informasi
- 15. Penutup

b. Paket Sponsor

Paket *sponsor* dapat terbagi atas beberapa paket yang terdiri atas *Main Sponsor*, *Supporting Sponsor*, dan *Supporting in Kind*. Apabila pada suatu Program kerja membutuhkan biaya keperluan sebesar Rp15.000.000, Contoh paket *sponsor* yang dapat digunakan:

- a. *Main Sponsor*
Menanggung 80% - 100% biaya keperluan yakni sebesar Rp12.000.000,- – Rp15.000.000,-
- b. *Supporting Sponsor A*
Menanggung 60% - 79% biaya keperluan yakni sebesar Rp9.000.000,- – Rp11.850.000,-
- c. *Supporting Sponsor B*
Menanggung 20% - 59% biaya keperluan yakni sebesar Rp3.000.000,- – Rp8.850.000,-
- d. *Supporting in Kind*
Menanggung <20% biaya keperluan yakni sebesar <Rp3.000.000,- serta dapat juga berupa promosi dan berupa barang.

c. Contoh Tabel Kontraprestasi

<i>Feedback</i>	<i>Main Sponsor</i>	<i>Supporting Sponsor A</i>	<i>Supporting Sponsor B</i>	<i>Supporting In Kind</i>
Publikasi Media				
<i>Media Social (Facebook, X, Instagram, Youtube</i>	v	v	v	v
<i>Adlibs</i>	v	v	v	v

Pencantuman Logo				
Banner	XL	L	M	S
Sertifikat	XL	L	M	S
Backdrop	XL	L	M	S
Cenderamata				
Sertifikat Apresiasi	v	v	v	v
Plakat	v	v	v	v
Prestasi	Rp12.800.000 - Rp15.000.000	Rp9.000.000 - Rp11.850.000	Rp3.000.000 - Rp8.850.000	<Rp 3.000.000

2. DATABASE SPONSORSHIP

Database sponsorship merupakan suatu daftar target perusahaan atau instansi yang dianggap berpotensi untuk memberikan *sponsor*. Beberapa elemen penting yang ada dalam *database sponsorship*, antara lain:

1. Nama Perusahaan/Instansi
2. *Contact Person*
3. Alamat Perusahaan
4. Waktu *Input*
5. Waktu *Output*
6. Keterangan

Dalam pembuatan *database sponsorship* terdapat cara-cara yang bisa dilakukan:

1. *Database sponsorship* berbasis *online* dalam bentuk *Google Sheets* agar data dapat diakses secara efektif dan efisien.
2. *Database sponsorship* senantiasa diperbaharui setiap ada pengurus baru.

Contoh Database Sponsorship

No.	Nama Instansi atau Perusahaan	Contact Person	Alamat	Waktu Input	Waktu Output	Keterangan
1.	Bank Sumsel Babel	08xxxxxx	Jl. xxx No. xxx	07 Desember 2025	10 Desember 2025	Pada Program Kerja xxx (ditolak karena xx) atau (diterima sebesar Rpxx)

3. SPONSOR INVITATION CARD

Invitation Card merupakan Kartu undangan yang dibuat oleh koordinator *sponsorship* bersama koordinator ICT dalam program kerja untuk mengundang pihak *sponsor* yang telah memberikan bantuan pada acara program kerja terkait dan menjalin silaturahmi kepada pihak *sponsor* yang telah menyelesaikan program kerja.

Sponsor Invitation Card terdiri atas sekurang-kurangnya:

1. Nama pihak *sponsor* terkait
2. Salam pembuka
3. Keterangan acara: Tempat, Tanggal, dan Waktu
4. Salam penutup
5. Tanda tangan *Director*, *Project Officer* dan Koordinator *Sponsor*

4. ALUR PENGAJUAN PERMOHONAN SPONSORSHIP

Dalam melakukan pengajuan *sponsor* tentu terdapat langkah-langkah yang harus dilakukan oleh *Manager of Sponsorship Division* atau koordinator *sponsor* dari program kerja yang mencari penunjang dana untuk program kerja, yakni:

1. Membuat daftar *sponsor* yang ingin dituju dan mencari *contact person* yang dapat dihubungi.
2. Membuat proposal *sponsorship* yang setidaknya-tidaknya memuat hal yang telah dimuat pada komposisi proposal *guidelines* ini.
3. Menghubungi perusahaan maupun instansi yang dituju perihal kegiatan *sponsorship*.

Berikut cara – cara untuk menghubungi suatu perusahaan:

- Jalur *personal*, mendapatkan koneksi dari orang yang dikenal sehingga mendapatkan *personal contact* untuk menjelaskan maksud dan tujuan yang kita inginkan kemudian meminta *e-mail* untuk mengirim proposal.
- Menghubungi kantor pusat dan menjelaskan niat kita untuk menjalin kerjasama *sponsorship*, kemudian menanyakan *contact person*, setelah mendapat kontak orang terkait lakukan hal yang sama dengan “jalur pribadi”.
- Pengiriman proposal dapat dilakukan via *e-mail* jika sudah ada jalur *personal* dan dapat dilakukan via kantor pos Indonesia untuk mengirim proposal fisik ke alamat yang dituju.

Berikut referensi untuk mengirim email ke perusahaan:

For it whom may concern,

To Talent Management of Balakosa Law Firm, At the Office,

Greetings, my name is Aliyah Nur Annisa Putri, and I am representing Asian Law Students' Association Local Chapter Universitas Sriwijaya.

Notwithstanding with this letter, we would like to introduce you in regards to this event that will be held on 1st January 2026 at Novotel, Palembang. Hereby with this proposal, we are kindly offering you a partnership between ALSA and Balakosa Law Firm. We kindly wish that the company would like to take this offer into consideration. If there is any further inquiry, you could immediately reply to this email.

Best Regards,

Aliyah Nur Annisa Putri

Vice Director of Financial Affairs of ALSA LC Unsri 2025/2026

Jl. Pemuda No. 11 Kel. Kebon Jerut Rt.05, Sumatera Selatan

4. *Follow up* Pertama

Merupakan langkah yang dilakukan kira-kira 4 sampai 5 hari setelah pengiriman proposal baik secara *online* maupun *offline*. Hal ini bertujuan untuk menanyakan perkembangan perihal proposal tersebut dan mengadakan *meeting* pertama.

5. *Meeting* Pertama

Merupakan hal yang sangat penting karena sudah adanya pertemuan untuk membahas kerjasama secara keseluruhan dan diharapkan membawa *hard copy* proposal yang sebaik-baiknya dan pada saat pertemuan diwajibkan sekomprehensif mungkin. Pertama, selalu berikan penawaran semenarik mungkin yang bisa menguntungkan calon *sponsor* dengan menjelaskan *value* dari program yang dibawa dan melampirkan data-data yang berguna untuk dipaparkan kepada calon *sponsor*. Kemudian, memberikan penawaran kerjasama sesuai dengan paket yang kita sediakan dan usahakan untuk memberikan angka tertinggi dan harus rasional pada saat *meeting* pertama, karena perusahaan pasti akan melakukan negosiasi, dan harus diperhatikan bahwa segala bentuk penawaran untuk kebermanfaatan bersama.

6. *Follow up* Kedua

Dalam melakukan *follow up* kedua, penting untuk diperhatikan bahwa proposal yang diberikan diperhatikan oleh pihak perusahaan. Namun, jika proposal yang kita berikan ditolak, jangan lupa untuk mengucapkan terima kasih dengan hormat untuk menjaga komunikasi dan guna kepentingan *event* lain yang kemungkinan akan mengajukan kembali ke perusahaan tersebut.

7. Setelah *Follow up* Kedua

Lakukan *progress report* terkait proposal yang diajukan kepada internal kepanitiaan apakah menyanggupi kebutuhan yang diminta perusahaan yang menerima kerjasama.

8. *Meeting* Kedua

Berguna untuk memastikan segala persiapan sudah dilaksanakan dengan baik dan juga diharapkan untuk membawa *draft* MoU dari pihak kita sehingga ketika di tempat dilaksanakannya *meeting* sudah mendapatkan kesepakatan dan kepastian terkait *sponsorship*.

9. Membuat *Invoice* Pembayaran *Sponsorship*
10. Membuat Lembar Pertanggungjawaban
11. Menjaga Hubungan Baik dengan Pihak *Sponsor*
12. Pencarian *Sponsor* Tahunan dalam Instansi Kementerian/BUMN
Terdapat perbedaan prosedur apabila target *sponsor* Kementerian/BUMN, antara lain:
 - a. Surat pengantar dengan ditujukan langsung ke kementerian terkait;
 - b. Proposal *sponsorship*;
 - c. Surat keterangan struktur pengurus organisasi;
 - d. Akta pendirian lembaga;
 - e. NPWP dan nomor rekening atas nama lembaga; dan
 - f. Rancangan Anggaran Dasar Lembaga (GBHK, ART, Konstitusi)

Itu semua merupakan tahapan yang dilakukan untuk melakukan *sponsorship* dan dapat berubah sewaktu waktu sehingga diharapkan untuk selalu menjaga komunikasi dengan pihak luar dan diharapkan ketika melakukan *sponsorship* untuk mempersiapkan tim yang baik, bagi tugas ketika melakukan negosiasi agar dapat berjalan dengan lancar. Setelah melakukan langkah diatas dengan baik, berikut terdapat hal yang menyebabkan pihak perusahaan menolak *sponsor* yang diajukan:

- a. Konsep yang dibawa tidak menarik;
- b. Jumlah peserta yang terlalu sedikit;
- c. Kontraprestasi yang ditawarkan tidak sesuai; dan
- d. Konsep acara yang dibawa tidak sesuai dengan misi *sponsor*.

Apabila *sponsor* yang dilakukan diterima dengan baik dan perusahaan mau bekerja sama, berikut hal yang harus dilakukan:

- a. Mengundang pihak *sponsor* untuk datang ke acara; dan
- b. Memberikan piagam penghargaan.

VI. STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP)

1. STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) PEMINJAMAN UANG KAS ALSA LC UNSRI UNTUK PROGRAM KERJA

- *Vice Director of Financial Affairs* merupakan penanggung jawab utama terhadap seluruh proses peminjaman kas ALSA LC Unsri;
- *Project Officer* dan *Treasurer* program kerja merupakan penanggung jawab peminjaman Kas ALSA LC Unsri untuk program kerja yang bersangkutan;

- *Treasurer* dapat menghubungi *Vice Director of Financial Affairs* paling lambat **30 hari** sebelum pelaksanaan program kerja;
- Setiap peminjaman kas wajib disertai dengan *Memorandum of Understanding* (MoU) peminjaman yang ditanda tangani oleh *Project Officer*;
- Peminjam wajib melampirkan rincian kebutuhan penggunaan dana; dan
- Dana yang dipinjam wajib dikembalikan paling lambat **10 hari** setelah program kerja dilaksanakan apabila program kerja tidak mengalami *defisit*.

2. STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) TREASURER PROGRAM KERJA

- Setiap pengeluaran **wajib** melampirkan bukti/nota. **Tanpa nota, uang tidak bisa diganti dan/atau dikembalikan;**
- Dana tiap program kerja yang dihasilkan dari divisi *fundraising* dan *sponsorship* harus selalu dikoordinasikan dengan *Vice Director of Financial Affairs* dan manager terkait;
- *Surplus* dari setiap program kerja akan masuk ke dalam kas *ALSA Local Chapter* Universitas Sriwijaya;
- Pengumpulan laporan pertanggungjawaban keuangan beserta uang *surplus* program kerja terkait **wajib** diserahkan kepada *Vice Director of Financial Affairs* ALSA LC Unsri **maksimal H+5**;
- Apabila *surplus* dari suatu program kerja telah diserahkan kepada *Vice Director of Financial Affairs* ALSA LC Universitas Sriwijaya, maka tidak dapat diminta kembali walaupun untuk keperluan program kerja;
- Untuk program kerja yang *defisit*, akan diberikan modal *fundraising* untuk melakukan penjualan selama 1 bulan sejumlah 20% dari total *defisit*. Pemberian modal ini akan dilakukan secara bertahap, yakni 10% untuk tahap pertama, dan tahap kedua adalah berjumlah 10% setelah ditambah dengan untung penjualan pertama.

Contoh:

Proker A defisit Rp1.000.000, maka akan diberikan modal Rp100.000 sebagai modal untuk melakukan penjualan, apabila untung dari penjualan pertama sebesar Rp50.000, maka modal kedua yang akan diberikan adalah sebesar Rp50.000 (akumulasi 10% dari untung penjualan).

- Terkait penetapan kontribusi *Local Board* terhadap suatu program kerja wajib dikoordinasikan bersama terlebih dahulu kepada *Vice Director of Financial Affairs* ALSA LC Unsri; dan
- *Treasurer* wajib berkoordinasi dengan koordinator *Fundraising* dan *Sponsorship* program kerja, serta menjaga keuangan proker aman terkendali.

3. INDIKATOR *BEST TREASURER*

- Koordinasi dengan *Vice Director of Financial Affairs* ALSA LC Unsri;
- Administrasi (Kesesuaian format dan ketepatan waktu pengumpulan);
- Kreativitas (Strategi/inovasi dari *Treasurer* program kerja terkait); dan
- Kepemimpinan (Mengkoordinir koordinator di bawahnya).

4. *STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) KOORDINATOR FUNDRAISING*

- Koordinator *Fundraising* terpilih harus selalu berkoordinasi dengan *Manager of Fundraising* dan *Vice Director of Financial Affairs*;
- Koordinator *Fundraising* wajib memiliki *signature merchandise* dan berkoordinasi dengan Koordinator ICT terkait desain *merchandise* selambat-lambatnya 3 (tiga) minggu sebelum program kerja dilaksanakan;
- Pemesanan *merchandise* dilakukan selambat-lambatnya 2 (dua) minggu sebelum program kerja dilaksanakan;
- *Merchandise* yang akan diproduksi harus sesuai dengan standar *merchandise* ALSA LC Unsri yang tertera pada *Financial Guidelines*;
- Makanan dan Minuman yang dijual harus higienis, aman dari kandungan zat kimia berbahaya, alkohol, narkoba dan halal.
- Setiap *merchandise*, makanan, dan minuman yang dijual harus bersih serta diberi kemasan yang memadai;
- Koordinator *Fundraising* wajib membuat rekapan dari setiap penjualan, berupa catatan dan perhitungan modal serta keuntungan hasil penjualan yang akan dilaporkan kepada *Manager of Fundraising Division* selambat-lambatnya 3 hari setelah *ready funding*; dan
- Koordinator *Fundraising* wajib membuat dan mengirimkan laporan pertanggungjawaban *fundraising* program kerja kepada *Manager of Fundraising Division* paling lambat H+5 setelah program kerja dilaksanakan.

5. INDIKATOR *BEST KOORDINATOR FUNDRAISING*

- Koordinasi dengan *Manager of Fundraising Division* terkait *merchandise* dan makanan apa yang dijual, serta *marketing*;
- Kreativitas dalam melaksanakan *fundraising*; dan
- Asistensi terhadap *fundraising*.

6. *STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) KOORDINATOR SPONSORSHIP*

- Koordinator *Sponsorship* program kerja yang terpilih harus berkoordinasi dengan *Manager of Sponsorship Division* dan *Vice Director of Financial Affairs*;

- Proposal *Sponsorship* yang dibuat harus sesuai dengan komposisi proposal ALSA LC Unsri sesuai dengan SOP *Secretary General*;
- Apabila ada pihak *Sponsorship* yang sepakat untuk menjalin kerja sama dengan suatu program kerja ALSA LC Unsri, maka pihak *Sponsorship* dapat memberikan bantuan *sponsorship* kepada pihak ALSA LC Unsri 3 bulan setelah program kerja tersebut dilaksanakan;
- Berkas pengajuan *sponsorship* harus dimasukkan ke instansi/perusahaan yang dituju selambat-lambatnya 45 hari sebelum program kerja dilaksanakan;
- Proposal *sponsorship* harus dimasukkan minimal ke 5 (lima) perusahaan/instansi yang berbeda;
- Apabila pengajuan *sponsorship* ditolak, koordinator *sponsorship* harus membuat laporan alasan pengajuan *sponsorship* tersebut ditolak; dan
- Koordinator *Sponsorship* wajib membuat dan mengirimkan laporan pertanggungjawaban *Sponsorship* program kerja kepada *Manager of Sponsorship Division* paling lambat H+5 setelah program kerja dilaksanakan.

7. INDIKATOR **BEST KOORDINATOR SPONSORSHIP**

- Koordinasi dengan *Manager of Sponsorship Division*;
- Kreativitas dalam mencari target *Sponsorship*; dan
- Asistensi terhadap *Sponsorship*.

8. **STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) KOORDINATOR CONSUMPTION**

- Koordinator *Consumption* wajib berkoordinasi secara berkala dengan *Vice Director of Financial Affairs* terkait seluruh kebutuhan konsumsi dalam program kerja;
- Koordinator *Consumption* wajib menentukan daftar kebutuhan konsumsi (makanan dan minuman) selambat-lambatnya 3 (tiga) minggu sebelum program kerja dilaksanakan;
- Pemesanan makanan dan minuman harus dilakukan selambat-lambatnya 1 (satu) minggu sebelum program kerja dilaksanakan untuk memastikan ketersediaan dan kualitas penyedia;
- Seluruh makanan dan minuman yang disajikan harus memenuhi standar konsumsi ALSA LC Unsri, sebagai berikut:
 - a. Makanan dan minuman harus bersih, *higienis*, serta dikemas dengan baik;
 - b. Produk konsumsi wajib aman dan tidak mengandung bahan kimia berbahaya, alkohol, narkoba, maupun zat adiktif lainnya; dan
 - c. Seluruh makanan dan minuman harus dipastikan kehalalannya.

- Setiap produk konsumsi yang disajikan atau didistribusikan kepada peserta wajib menggunakan kemasan yang layak dan sesuai standar kerapian ALSA LC Unsri;
- Ketentuan Khusus Konsumsi untuk Tamu Undangan (*International Board, National Board, Alumni, Pihak Dekanat, Pembicara, dll*):
 - a. Koordinator wajib menyediakan paket konsumsi khusus dengan modal berkisar antara Rp35.000-Rp50.000 per orang;
 - b. Minuman yang disediakan untuk tamu undangan wajib menggunakan air mineral *premium*, seperti Aqua *Reflection* atau setara;
 - c. Koordinator wajib menyediakan *snack tray* atau *parcel* buah sebanyak setidaknya **1 (satu) pack** untuk tamu undangan tersebut; dan
 - d. Penyajian konsumsi untuk tamu undangan harus menggunakan kemasan atau penataan yang rapi, formal, dan sesuai standar pelayanan yang baik;
- Koordinator *Consumption* wajib mencatat dan memperhitungkan seluruh anggaran yang dikeluarkan, termasuk daftar pembelian, harga, dan total pengeluaran.

VII. PENUTUP

Pengelolaan keuangan memegang peran penting dalam menjaga kestabilan dan arah perkembangan sebuah organisasi. Divisi keuangan bertugas memastikan bahwa setiap alokasi anggaran, proses pelaporan, serta pengendalian risiko dapat berjalan secara transparan dan teratur. Dengan pengelolaan yang baik, organisasi mampu mengambil keputusan berbasis data dan menjaga keberlangsungan seluruh kegiatan. *Financial Guidelines* Vol. VI ini diharapkan dapat menjadi acuan yang membantu tidak hanya bagi divisi *Finance*, tetapi juga seluruh divisi di ALSA Local Chapter Universitas Sriwijaya agar pengelolaan dana dapat berjalan lebih efektif, tertata, dan konsisten di setiap program kerja.



LOCAL CHAPTER
UNIVERSITAS SRIWIJAYA