

STRATEGI FUNDRAISING CROWDFUNDING UNTUK PENGEMBANGAN FILANTROPI SOSIAL DI INDONESIA (STUDY KASUS KITABISA.COM)

Wa Ode Asmawati¹, Anggi Ramdani²)

¹) Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

²) Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

* email: waode.asmawati@umj.ac.id untuk korespondensi

Abstrak

Tumbuhnya praktik filantropi yang mengajarkan nilai-nilai kebaikan terhadap sesama. Salah satu bentuk *crowdfunding* yang populer di Indonesia adalah Kitabisa.com. Sebagai salah satu lembaga yang dianggap berhasil menggalang dana di Indonesia, maka perlu diketahui *strategi* yang dimiliki oleh Lembaga ini yang bisa menjadi referensi bagi Lembaga filantropi lainnya di Indonesia dalam mengembangkan fundraisingnya. Penelitian ini menggunakan metode studi literature dan observasi pada website yang dimiliki oleh Kitabisa.com. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa Kitabisa.com melaksanakan manajemen fundraising secara *online dan offline* yang berfungsi sebagai sarana untuk penggerak dalam menjalankan peran *crowdfunding*. Selain itu, Kitabisa.com dalam melakukan *fundraising* sebagai lembaga filantropi sosial dengan berbagai strategi sebagaimana berikut ini: a) Memberikan kemudahan dalam bertransaksi bagi pendonasi dengan pendekatan metode pembayaran berbasis *online* dan murah serta mudah diakses oleh pendonasi, b) Menjaga dan meningkatkan *Trust* (kepercayaan pendonasi) selalu dijaga dengan melakukan pendekatan *Trust pyramid*, c) Menggunakan kekuatan *Influencer* dalam mempromosikan keberadaan *platform crowdfunding* Kitabisa, d) Memanfaatkan kedekatan emosional dan rekomendasi dari keluarga, teman, atau orang yang dikenali sehingga meningkatkan *trust* para donatur, yang bersifat *Inclusive*, terbuka dan *fleksibel*, e) Memiliki sosial *Agility Platform* dengan *kelincahan merespon krisis, perubahan dan mengkoneksikan jaringan/modalitas yang ada*. Peran sosial *entrepreneurship Kitabisa.com* dapat menjadi contoh pada pengembangan lembaga-lembaga sosial yang ada di Indonesia dengan menerapkan strategi *fundraising* sebagaimana yang sudah dilakukan oleh Kitabisa.com. Untuk itu, potensi donasi dari gerakan filantropi ini sangat perlu diperhitungkan dan dapat menjadi rujukan sebagai alternatif dalam pengembangan strategi lembaga sosial maupun pendidikan untuk peningkatan fundraising dalam pemberdayaan umat, sebagaimana juga yang diperankan oleh Muhammadiyah yang senantiasa bekerja dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat.

Kata Kunci: *Crowdfunding, Filantropi, Fundraising, Social Agility*

PENDAHULUAN

Berkembangnya gerakan philanthropy di Indonesia tidak luput dari motivasi keberagaman dan modal sosial yang menjadi kunci kegotong-royongan, solidaritas dan tolong-menolong diantara sesama manusia. Tingginya jiwa kedermawanan masyarakat Indonesia, baik dalam hal memberi donasi, membantu dengan berbagai cara seperti menjadi *volunteer*, menolong tanpa memandang suku, ras dan agama, menjadikan bukti bahwa Indonesia sebagai negara terdermawan di dunia sebagaimana hasil survei lembaga amal *Charities Aid Foundation* (CAF) dalam laporan *World Giving Index 2018* (kabar24.bisnis.com, 2020). Fenomena saat ini berkembangnya bentuk fundraising *online* melalui advertising media *online* sangat menarik untuk dikaji dan diteliti. Pada kenyataannya, model ini terlihat cukup efisien, karena hanya bermodalkan *gadget/laptop* dan internet kita dapat melakukan *fundraising*.

Perkembangan Teknologi telah merubah tananan kehidupan menjadi lebih efisien, mengakibatkan pergeseran gaya hidup dari tradisional menjadi modern. Pada 2 Juni 1988 Universitas Indonesia telah mendaftarkan protokol internet (IP) pertama di Indonesia yakni UI-NETLAB (192.41.206/24) sebagaimana catatan whois ARIN dan ANIC, yang kemudian

dikembangkan pada 1992 hingga 1994 oleh RMS Ibrahim, Suryono Adisoemarta, Muhammad Ihsan, Robby Soebiakto, Putu, Firman Siregar, Adi Indrayanto, dan Onno W. Purbo (Alcianno Ghobadi Gani, ST.). Sejak saat itu internet mulai digunakan sebagai sarana untuk membantu aktivitas manusia. Pesatnya perkembangan teknologi internet membuat meledaknya penduduk bumi yang menggunakan internet, bahkan saat ini setiap individu hampir tidak dapat lepas dari internet, mulai dari berkomunikasi, melakukan pembayaran, berbelanja, bahkan proses belajar-mengajar. Fenomena ini kemudian dimanfaatkan oleh orang-orang yang memiliki kreatifitas dan kemampuan dalam bidang tersebut, salah satunya yaitu dengan hadirnya salah satu aplikasi yang dapat memudahkan dalam melakukan penggalangan dana dengan bentuk promosi berbasis *online*, yakni *platform crowdfunding*. *Crowdfunding* merupakan salah satu metode dalam penggalangan dana dengan melibatkan orang banyak berbasis *online*.

Kehadiran beberapa jenis *crowdfunding*, kemampuan menarik donasi dan jumlah donasi yang bisa dikumpulkan sebagai potensi baru dalam peningkatan eran filantropi untuk mendorong upaya pemberdayaan baik bidang kesehatan, ekonomi maupun pendekatan sosial lainnya dalam merespon masalah sosial ekonomi masyarakat. Salah satu jenis crowdfunding

terkenal adalah Kitabisa.com. Strategi *Crowdfunding Lembaga ini* perlu diketahui sehingga bisa mengemuka dan menjadi *trendsetter* dalam dunia perdonasian di Indonesia. *Fundrising Online* ini adalah sebuah keniscayaan dalam menjawab tantangan majunya dunia informasi dan teknologi dizaman sekarang dan masa yang akan datang.

A. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah:

1. Memperoleh strategi lembaga fundraising kitabisa.com.
2. Diseminasi strategi fundraising untuk meningkatkan donasi filantropi dan lembaga social lainnya di Indonesia.

B. Urgensi Penelitian

Sebagai bahan masukan untuk pengembangan *strategi* fundraising bagi dunia filantropi dan lembaga-lembaga sosial di Indonesia.

METODE

Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan jenis penelitian melalui study literatur dan dilakukan secara deskriptif analitis. Teknik pengumpulan data dilakukan secara dilakukan dengan 2 cara, yaitu: studi dokumen, observasi lembaga melalui media & literature. Penelitian ini berlangsung selama 3 bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Berdirinya Kitabisa.com

Kitabisa.com pada awalnya merupakan sebuah wadah gerakan sosial, yang digagas oleh Alfatih Timur (Timmy) pada tahun 2013, dalam rangka memberikan wadah untuk khalayak untuk mengaplikasikan nilai-nilai humanitasnya. Namun seiring berjalannya waktu, Kitabisa bertransformasi menjadi wadah untuk menghimpun dana secara *online* tepatnya pada Tahun 2014. Ini sekaligus menjawab tantangan zaman, dimana saat ini perkembangan dunia teknologi sudah semakin maju, metode penggalangan dana sudah tidak lagi hanya dilakukan melalui kontak langsung antara *fundriser* dengan calon donatur, atau *door to door* terhadap Lembaga/instansi perusahaan, melainkan sudah berbasis digital, yang dinamakan *crowdfunding*. Salah satu *platform crowdfunding* yang sudah sangat eksis hari ini adalah Kitabisa.com. Kenapa *platform crowdfunding* ini dapat digemari oleh banyak kalangan? Selain karena kemudahannya, tentu terdapat strategi khusus dalam pelaksanaan *fundraising* melalui *online platform* ini.

Kitabisa setiap waktunya terus berinovasi untuk kemudahan dan kemajuan lembaganya, agar terus meyakinkan masyarakat yang dalam hal ini penggalang maupun donatur bahwa berbagi itu mudah

dan menyenangkan, diantaranya transaksi yang aman dan transparan. Tersedianya banyak fitur donasi, variasi cara pembayaran, donasi yang murah mulai dari Rp. 10.000-, laman galang dana dapat diakses setiap waktu melalui *website* atau melalui aplikasi yang telah dirilis pada 2017. Kitabisa memiliki beberapa program yang diluncurkan oleh Yayasan Kita Bisa, hal ini diupayakan agar lebih banyak masyarakat yang merasakan dampak dari Kitabisa, terlebih, besar harapan dapat membangun kebiasaan masyarakat untuk berdonasi. Dalam menggunakan aplikasi *crowdfunding* Kitabisa mempersilahkan kepada masyarakat umum untuk berdonasi menggunakan akun yang telah dibuat dengan email pribadi atau tanpa akun. Pengguna yang telah memiliki akun, disuguhkan dengan program Kitabisa dalam *platform*-nya, program-program tersebut diantaranya Donasi, Zakat, Saling Jaga, dan Galang Dana. Inovasi yang digagas oleh pendiri dan para pengurus Kitabisa mengalami kemajuan yang cukup pesat sejak berdirinya, ini menunjukkan bahwa ide-ide kreatif anak negeri sangat luar biasa apabila dikembangkan dengan serius. Program-program diatas mungkin sama sekali belum pernah terpikirkan oleh banyak orang, karena kebiasaan masyarakat umum ketika misalnya berzakat, cukup berzakat kepada lembaga atau seseorang secara langsung *face to face*, namun tidak

pada realitas saat ini, dengan kemajuan teknologi, anak negeri mampu memodernkan cara berzakat atau praktik kebaikan lainnya.

Kitabisa.com Bergerak Secara *Offline*

Selain berbasis *online*, kitabisa juga memiliki kantor sebagai sarana untuk penggerak Kitabisa menjalankan media *crowdfunding* ini, kantor Kitabisa berada di Jl. Ciputat Raya No.27D, RT.1/RW.7, Pd. Pinang, Kecamatan Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12310. Dalam pelaksanaan operasionalnya, Kitabisa memberlakukan potongan administrasi sebesar 5% dari besaran pendapatan donasi yang terhimpun, khusus dana bencana alam dan zakat diberlakukan sebesar 0%. Model ini yang sudah dipastikan sesuai dengan aturan yang berlaku di Indonesia dan Syariat Islam.

B. *Temuan Penelitian*

Keberhasilan Kitabisa.com dalam mendorong donasi melalui *crowdfunding* memiliki beberapa strategi. Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan, ditemukan beberapa strategi yang membuat Kitabisa berkembang pesat dan menarik banyak orang untuk menggunakannya, baik sebagai *fundraiser* ataupun pendonasi, adapun strateginya dalam matriks sebagai berikut:

Wa Ode Asmawati¹, Anggi Ramdani² : Strategi Fundraising Crowdfunding untuk Pengembangan Filantropi Sosial di Indonesia (Study Kasus Kitabisa.com)

No	Strategy	Uraian				
1	Kemudahan dalam bertransaksi	Kemudahan ini didapatkan oleh penggalang dana (<i>fundraiser</i>) dan pendonasi (<i>donatur</i>), dimana dalam mendaftarkan iklannya, <i>fundraiser</i> dapat dengan mudah melakukan aksi <i>funding online</i> melalui Kitabisa.com. <i>Fundraiser</i> menyediakan fitur dilaman web dengan beberapa menu transaksi baik galang dana, donasi, zakat dan donasi saling jaga sesama.			seseorang yang terkenal, yang kemudian akan menarik perhatian orang untuk berdonasi	
2	<i>Trust</i> (Kepercayaan Pendonasi)	Kepercayaan pendonasi sangat penting untuk ditingkatkan, mengutip konsep <i>Trust pyramid</i> yang digunakan oleh Petrovic, Ksela, Fallenbock & Kittl (2003), dimana terdapat 6 basis konsep yakni (1) <i>State of the art security</i> , (2) <i>Merchant Legitimacy</i> , (3) <i>Fulfillment</i> , (4) <i>Tone and Ambience</i> , (5) <i>Customer Control</i> dan (6) <i>Consumer Collaboration</i>		4	Kedekatan Emosional & Rekomendasi dari keluarga, teman, atau orang yang dikenali	Salah satu keberhasilan selanjutnya adalah rekomendasi orang-orang terdekat, biasanya karena direkomendasikan oleh orang-orang yang dikenal, sehingga <i>fundraiser</i> dapat menarik minat orang lain untuk berdonasi. Karena pihak donatur merasa percaya bahwa rekomendasi tersebut berasal dari orang yang dikenal, yang bisa dipastikan kebenarannya.
3	Kekuatan <i>Influencer</i>	<i>Influencer</i> memang memiliki kekuatan besar pula dalam mempromosikan program ini. Kita sering melihat produk-produk tertentu yang diiklankan oleh		5	<i>Pure</i> karena kepedulian terhadap kemanusiaan (<i>altruism</i>)	Sejak berdirinya <i>Platform</i> ini memang bukanlah wadah untuk donasi <i>online</i> , namun saat mengalami perubahan menjadi wadah donasi <i>online</i> , semakin banyak masyarakat yang muncul rasa kepekaan sosialnya, rasa kepedulian yang tinggi terhadap sesama, dengan disuguhkan <i>platform</i> yang sangat simple dan mudah digunakan oleh siapapun yang ingin membantu. Melalui wadah donasi <i>online</i> ini, peristiwa terjauhpun dapat dijangkau oleh siapa saja,

		sehingga kejadian dimanapun dan kapanpun dapat memunculkan rasa simpati dan keinginan untuk membantu, dan dapat dilakukan melalui platform <i>Crowdfunding</i> Kitabisa ini
6	Inclusive & Terbuka (<i>Fleksibility</i>) Menjadi Bridging bagi Program Lembaga Fundraising Lainnya	Seringkali Lembaga zakat hanya memperjuangkan donasi milik lembaganya sendiri. Namun dalam platform Kitabisa menjadi berbeda. Banyaknya Lembaga zakat / filantropi yang menggunakan Kitabisa.com untuk mendapatkan donasi menjadikan Kitabisa makin dikenal masyarakat dan meningkatnya trust pendonasi terhadap platform ini. Dalam penyisiran media <i>online</i> baik melalui media sosial maupun daring lainnya, iklan Kitabisa kerap kali mengiklankan donasi Lembaga filantropi lain seperti Dompot Dhuafa, Lazismu, Rumah Zakat, dan lain-lain. Sifat donasi juga sangat lintas agama (<i>inclusive</i>) dan terbuka dengan menyiapkan catatan khusus berupa akun bagi pendonasi

		untuk melihat donasi dan catatan kebaikan donatur. Kitabisa mampu menyatukan Lembaga filantrophy dengan membangun ruang kompetisi Lembaga filantropi yang sehat.
7	<i>Sosial Agility Platform</i>	Dengan platform <i>crowdfunding</i> yang memiliki kemampuan jangkauan yang luas dan fleksibel, Kitabisa.com dapat dengan mudah beradaptasi dan lincah dalam menggalang dana. Jumlah donasi paling kecil sebesar Rp.10.000, dan mudah sekali dilakukan oleh pihak donatur untuk melakukan aksi donasinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Manajemen kelembagaan Kitabisa.com dilaksanakan secara *online dan offline*, dengan menyediakan kantor yang berfungsi sebagai sarana untuk penggerak Kitabisa menjalankan media *crowdfunding* ini sehingga Kitabisa bergerak lebih lincah dalam menjemput donasi.
2. Keberhasilan Kitabisa.com dalam melakukan *fundraising* sebagai lembaga filantropi sosial dengan

berbagai strategi sebagaimana temuan penelitian berikut ini:

- a. Kitabisa memberikan kemudahan dalam bertransaksi bagi pendonasi dengan pendekatan metode pembayaran berbasis *online* dan mudah diakses oleh pendonasi dengan menggunakan berbagai media pembayaran.
- b. *Trust* (Kepercayaan Pendonasi) selalu dijaga dengan melakukan pendekatan *Trust pyramid* sehingga makin banyak pihak berdonasi melalui Kitabisa.
- c. Kekuatan *Influencer* dalam mempromosikan keberadaan *platform crowdfunding* ini sehingga menjadi magnet dalam meningkatkan donasi masyarakat.
- d. Kedekatan emosional dan rekomendasi dari keluarga, teman, atau orang yang dikenali sehingga meningkatkan trust para donatur untuk memilih

Kitabisa sebagai media donasinya.

- e. *Inclusive & terbuka (fleksibilitas)* menjadi bagian dari Program Lembaga Fundraising lainnya dan menyatukan misi sosial Bersama antar Lembaga filantropi dengan membuka ruang persaingan yang sehat dan setara pada setiap lembaga.
- f. *Sosial Agility Platform* menjadi pokok perkembangan filantropi ini karena kelincihan merespon krisis dan perubahan serta mengkoneksikan jaringan/modalitas yang ada.

Peran sosial *entrepreneurship Kitabisa.com* dapat menjadi contoh pada pengembangan Lembaga-lembaga sosial yang ada di Indonesia dengan menerapkan strategi *fundraising* yang *applicable* bagi lembaga sosial, sebagaimana yang sudah dilakukan oleh lembaga ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada Lembaga Penelitian dan Pengembangan (LPPM) Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memberi kesempatan bagi dosen melakukan penelitian internal di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Christmastianto, IAW, 2017, Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia, Jurnal Elektronik UKS, Vol 20 No.1
- Cynthia Kurniawan Ong, 2020, Inovasi Keuangan di Bidang Equity *Crowdfunding* dalam Pengembangan Pasar Modal, Airlangga Jurnal of Innovation Management, Vol.1, No.2, October 2020.
- Herna1, dkk 2019, Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs *Online* Kitabisa.Com, Jurnal Komunikasi Pembangunan, Volume 17, No. 2.
- Ismail, (2019). *IMPLEMENTASI PERILAKU FILANTROPI DALAM PENDIDIKAN AGAMA ISLAM*.
- Jusuf, C. (2007). Filantropi Modern Untuk Pembangunan Sosial. *Penelitian Dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial*, 12, 74–84.
- Lestari, I. (2019). *Konsep Filantropi Menurut Himan Latief*.
- Marwing, A, 2015, Pendekatan Psikologi Dalam Peningkatan Fundraising Zakat, An-Nisbah, Vol. 02, No. 01.
- Nugroho & Rachmaniyah, 2019, Fenomena Perkembangan *Crowdfunding* di Indonesia, Universitas Islam Darul ‘Ulum – Lamongan, EkoNiKa | Vol. 4, No. 1.
- Purnomo, Margo. (2014). Agilitas Organisasi-Organisasi Entrepreneurial. Jurnal Aplikasi Bisnis. 5. 24-48.
- Suharman, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi *Online* Start-Up di Kota Medan, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol. 7, No.3, 2019: 259-280
- Wandi Adiansah, Nandang Mulyana, & Muhammad Fedryansyah, 2015, Potensi *Crowdfunding* di Indonesia dalam Praktik Pekerjaan Sosial, Prosiding KS: RISET & PKM Vol. 3
- <https://kabar24.bisnis.com/read/20200111/79/1189170/ini-bedanya-filantropi-csr-dan-charity>.
- <https://kitabisa.com/>
- Anwar, MC (2021) *Tak Beri Izin, OJK Resmi Tutup Program Saling Jaga Kitabisa.com*
- Diambil dari :
<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2021/05/05/155253726/tak-berizin-ojk-resmi-tutup-program-saling-jaga-kitabisacom>