

31

POTENSI *CROWDFUNDING* DI INDONESIA DALAM PRAKTIK PEKERJAAN SOSIAL

Oleh:

Wandi Adiansah, Nandang Mulyana, & Muhammad Fedryansyah

Email:

adiansahw@gmail.com**ABSTRAK**

Setiap lembaga pelayanan sosial pasti membutuhkan dana dalam melakukan berbagai program-program pelayanannya. Secara umum lembaga pelayanan sosial memperoleh pendanaan yang bersumber dari berbagai donatur baik pemerintah, swasta maupun perseorangan. Namun, sering kali dana yang diperoleh dari donatur tersebut tidak mampu menutupi biaya operasional lembaga. Banyak diantara lembaga-lembaga pelayanan sosial yang pada akhirnya gulung tikar karena tersendat aspek pendanaan. Untuk menanggulangi ancaman tersebut, setiap lembaga pelayanan sosial harus memiliki strategi-strategi dalam memperoleh pendanaan (fundraising). Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, saat ini di Indonesia mulai berkembang salah satu metode fundraising dengan menggunakan media internet. Metode ini dinamakan metode crowdfunding. Dalam praktik pekerjaan sosial baik dalam setting lembaga pelayanan sosial maupun dalam setting casework seorang pekerja sosial dapat menggunakan metode crowdfunding sebagai salah satu strategi fundraising baik untuk memperoleh dana maupun untuk menghubungkan klien dengan sistem sumber yang tersedia. Dalam hal ini pekerja sosial memainkan perannya sebagai broker.

Kata kunci : Crowdfunding, Fundraising, Lembaga Pelayanan Sosial, Pekerjaan Sosial, Broker

PENDAHULUAN

Aspek finansial merupakan salah satu aspek yang tidak dapat dipisahkan dalam manajemen lembaga pelayanan sosial. Terdapat lima aspek penting yang saling terintegrasi dalam manajemen lembaga pelayanan sosial yaitu aspek planning, organizing, human resources, finance/fundraising dan information system (Kettner, 2002). Aspek finansial dalam lembaga pelayanan sosial ini menjadi penting karena dalam sebuah lembaga pelayanan sosial baik swasta maupun pemerintah tentunya membutuhkan dana baik untuk kepentingan operasional lembaga maupun untuk menjalankan program-program dalam pencapaian tujuan lembaga. Hal ini didukung oleh Klein (2007, hal. 385) yang menyatakan

bahwa “Organization can not do their work without money” (Organisasi tidak dapat bekerja tanpa uang). Hal ini pun berlaku bagi seluruh lembaga termasuk lembaga pelayanan sosial. Pentingnya aspek finansial dalam lembaga tersebut mengharuskan lembaga untuk melakukan praktik penggalangan dana atau fundraising agar kebutuhan pendanaan lembaga dapat terpenuhi.

Norton (2002) menjelaskan beberapa alasan penting fundraising bagi sebuah lembaga pelayanan sosial yaitu untuk membiayai operasional lembaga agar dapat bertahan hidup, memperbesar skala organisasi dan program, membangun landasan pendukung dan mengurangi ketergantungan, memperkuat posisi tawar dan menciptakan lembaga efektif

dan kokoh. Hal ini menjadi alasan kuat bagi lembaga untuk melakukan aktivitas fundraising, selain itu hal ini juga menjadi dasar bahwa aktivitas fundraising merupakan sebuah kewajiban bagi lembaga pelayanan sosial agar terus berkembang.

Berbagai lembaga pelayanan sosial saat ini saling berlomba-lomba untuk melakukan program fundrasing bagi lembaganya melalui berbagai strategi. Menurut Said, dkk (2003, hal. 34) secara umum terdapat tiga pola penggalangan dana (fundraising) yang dapat dilakukan oleh lembaga pelayanan sosial, ketiga pola tersebut yaitu :

- a. Penggalangan dana masyarakat dari sumber yang telah tersedia, baik dari perorangan, perusahaan maupun pemerintah. Strategi yang digunakan antara lain yaitu direct mail, membership, special event, endowment, dsb.
- b. Penggalangan dana sosial masyarakat melalui sumber dana baru. Strategi yang digunakan adalah pembangunan unit-unit usaha yang menghasilkan pendapatan bagi lembaga (earned income) corporate fund, religious fund, traditional fund, charity boxes, arisan, media campaign, dsb.
- c. Penggalangan dana sosial masyarakat melalui penciptaan sumber non finansial. Strategi yang digunakan adalah sumbangan dalam bentuk in kind, kesukarelawanan, designated donation, dsb.

Pola penggalangan dana tersebut merupakan strategi yang secara umum sering dilakukan oleh lembaga pelayanan sosial dalam kegiatan fundraising. Strategi-strategi fundrasing tersebut tentunya memiliki berbagai kelebihan dan kelemahannya masing-masing. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi saat ini telah berkembang strategi alternatif dalam fundraising. Strategi alternatif ini dinamakan dengan strategi crowdfunding. Gulati (2014) menyebutkan bahwa "Crowdfunding could represent a fundamental

transformation in the way startups, micro-entreprises and small and medium-sized enterprises access funding" (Crowdfunding dapat merepresentasi transformasi mendasar proyek starup, usaha mikro dan usaha kecil menengah dalam mengakses pendanaan).

Menurut Sullivan (2006), "Crowdfunding inspired by crowdsourcing describes the collective cooperation, attention and trust by people who network and pool their money together, usually via the Internet, in order to support efforts initiated by other people or organizations". (Crowdfunding terinspirasi oleh crowdsourcing dideskripsikan sebagai kerjasama kolektif, perhatian dan kepercayaan dari orang-orang yang terhubung dan mengumpulkan uang bersama, biasanya melalui internet, dalam mendukung usaha yang diinisiasi oleh orang lain atau organisasi).

Crowdfunding merupakan fenomena yang terbilang baru di Indonesia. Strategi penggalangan dana ini pertama kali dikenal oleh masyarakat pada tahun 2009 lalu. Fenomena yang terkenal saat itu adalah gerakan "Koin Untuk Keadilan" atau lebih dikenal sebagai gerakan "Koin Peduli Prita" pada tahun 2009 lalu. Prita Mulyasari saat itu digugat ke pengadilan oleh Rumah Sakit Omni International atas tuduhan telah mencemarkan nama baik akibat beredarnya surat elektronik (e-mail) yang berisi keluhan-keluhan atas ketidak puasanya terhadap penanganan medis di rumah sakit tersebut. E-mail yang ditulisnya tersebut menyebar secara berantai dari satu milis ke milis lain. Dalam kasus ini Prita diputuskan untuk membayar denda sejumlah Rp 204.000.000 oleh pengadilan perdata. Masyarakat yang bersimpati kemudian berinisiatif untuk membantu Prita menutup biaya denda tersebut dengan cara mengajak seluruh lapisan masyarakat untuk menyumbangkan koin-koin recehan. Cara yang dilakukan untuk pengumpulan dana ini yaitu dengan menggunakan jaringan internet dan sosial media.

Fenomena ini merupakan salah satu bentuk crowdfunding karena dalam strategi pengumpulan dana KoinPeduliPrita

menggunakan jaringan internet dan media sosial. Hanya saja bentuk crowdfunding yang dilakukan belum optimal karena dalam kasus ini hanya menggunakan media sosial dan tidak menggunakan platform crowdfunding secara resmi. Selain itu, aspek-aspek dalam crowdfunding yang sebelumnya dijelaskan hanya mencakup aspek pengumpulan uang saja.

Profesi pekerjaan sosial menurut Miley and Dubois (2010:11) memiliki empat tujuan utama yaitu meningkatkan keberfungsian sosial, menghubungkan klien dengan sistem sumber yang dibutuhkan, meningkatkan jaringan pelayanan sosial dan meningkatkan keadilan sosial melalui pengembangan kebijakan sosial. Terkait tujuan profesi pekerjaan sosial yang berusaha menghubungkan sistem klien dengan sumber-sumber yang dibutuhkan, pekerja sosial dalam hal ini berperan sebagai broker. Edi Suharto dalam artikelnya yang berjudul "Peran pekerja sosial dalam community development" menjelaskan bahwa :

Peranan pekerja sosial sebagai broker pada prinsipnya yaitu "menghubungkan klien dengan barang-barang dan jasa dan mengontrol kualitas barang dan jasa tersebut. Ada tiga kata kunci dalam pelaksanaan peran sebagai broker, yaitu: linking, goods and services dan quality control.

Pada dasarnya metode penggalangan dana melalui media sosial dan internet (crowdfunding) dapat dilakukan oleh seorang pekerja sosial sebagai upaya menghubungkan sistem sumber dengan sistem klien. Dalam hal ini pekerja sosial berperan sebagai broker.

PEMBAHASAN

Pasca krisis moneter (1997) ada isu yang ramai dibicarakan oleh kalangan organisasi nirlaba seantero nusantara ini, yaitu rhunculnya problem ketergantungan terhadap bantuan dana negara asing. Ketergantungan ini sudah mencapai titik stadium 3 (kronis) dan

sudah menjadi citra dan efektifitas kerja pada lembaga-lembaga tersebut. Dana asing satu sisi memang memberi manfaat, karena bisa mendorong pertumbuhan dan perkembangan LSM-LSM di Indonesia, tetapi yang harus diingat pada sisi lain membawa dampak yang serius, yaitu ketergantungan dan membunuh kreatifitas lembaga-lembaga pengembangan masyarakat di Indonesia. Sebab kalau lembaga-lembaga sudah tergantung dan menggantungkan diri pada negara donor tentu lembaga tersebut akan didekte oleh orang lain.

Namun dalam delapan tahun terakhir ini fenomena menarik dari sejumlah lembaga-lembaga pengembang masyarakat dan LSM-LSM adalah mulai mempunyai kesadaran untuk melakukan introspeksi diri dan melakukan penggalangan dana secara lokal. Munculnya gerakan penggalangan dana lokal ini dipicu oleh munculnya berbagai bencana alam yang melanda Indonesia; tanah longsor, gempa bumi, kebakaran, gelombang tsunami, dan bencana-bencana lain yang mengakibatkan banyak korban secara berkelanjutan di negara ini. Musibah demi musibah, pada sisi lain menciptakan inisiatif baru bagi lembaga nirlaba untuk mengadakan penggalangan dana lokal. Munculnya kreatifitas ini dimotivasi oleh kesadaran bahwa negara donor tidak selamanya akan membantu Indonesia, sehingga perlu kiranya alternatif dan diversifikasi sumber penggalangan dana untuk mengantisipasi jika suatu saat negara donor meninggalkan Indonesia.

Jika kita mencermati fenomena kedermawanan sosial di Indonesia, baik dari kalangan personal, kelompok organisasi maupun perusahaan, ternyata pasca pemerintahan orde baru terasa menggeliat dan bergairah dalam menyumbang dan beraktifitas sosial. Kegairahan dan kegeliatan ini bisa kita baca melalui maraknya publikasi solidaritas sosial, baik di media cetak maupun elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa ketergantungan kepada negara donor step by step mulai berkurang. Bahkan ada isu penolakan, karena mempunyai persepsi bahwa negara asing yang memberi bantuan kepada kita sebenarnya

adalah memberi hutang yang suatu saat harus mengembalikan atau ditagih oleh negara yang berpiutang.

Salah satu alasan yang menjadikan penggalangan dana sangat berpotensi di Indonesia adalah bahwa di Indonesia filantropi masyarakatnya masih terbilang tinggi terutama di bidang sosial, dan selama ini penggalangan dana bersifat sosial yang telah dilakukan kebanyakan adalah untuk bantuan kebencanaan atau karena melihat nilai-nilai keagamaan seperti zakat fitrah, zakat maal, dll

melalui lembaga atau institusi terpercaya seperti Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa, PKPU, BAZIS, dst. Hal ini dapat terlihat dari penelitian yang dilakukan oleh lembaga PIRAC (Public Interest and Advocacy Centre) tahun 2002 dan 2004 tentang pola perilaku masyarakat Indonesia dalam berderma, dan tabel berikut ini menunjukkan seberapa besar porsi masyarakat dalam memberikan sumbangan kepada individu, keagamaan dan organisasi (Prihatna, Abidin & Kurniawati, 2005).

Tabel 1. Sumbangan Masyarakat

Bentuk sumbangan	Tahun 2000	Tahun 2004
Sumbangan individu	96 %	98 %
Sumbangan keagamaan	84 %	95 %
Sumbangan organisasi	77 %	92 %

Sumber: Prihatna, Abidin & Kurniawati, 2005

Penelitian tersebut merupakan jawaban untuk menyanggah bahwa bangsa Amerika merupakan bangsa yang pemurah menurut Majalah Time (24 Juli 2000), berdasarkan tabel tersebut dari hasil penelitian yang dilakukan dengan survey di 11 kota besar di Indonesia, maka dapat dikatakan bahwa bangsa Indonesia jauh lebih pemurah/dermawan dibandingkan dengan bangsa Amerika. Hal ini dapat kita lihat dari konsistennya kenaikan prosentase

menyumbang masyarakat dari tahun 2000 sampai tahun 2004, untuk melakukan sumbangan secara individu, sumbangan untuk keagamaan dan sumbangan ke organisasi. Selain itu ada juga penelitian lain yang dilakukan oleh PIRAC tentang kecenderungan dan pola bersedekah dunia usaha (Saidi & Abidin, 2004), berikut merupakan tabel pemanfaatan dari penggalangan dana yang dilakukan oleh perusahaan tahun 2002.

Tabel 2. Pemanfaatan Dana

No	Sektor	Jml Kegiatan	Jml Dana
1.	Pendidikan dan penelitian	71 (25,4 %)	66, 8 miliar (57,9 %)
2.	Kesehatan	46 (16,4 %)	4,4 miliar (3,8 %)
3.	Lingkungan	15 (5,4 %)	395 juta (0,3 %)
4.	Seni, olahraga dan pariwisata	7 (2,5 %)	1 miliar (0,9 %)
5.	Pelayanan sosial	95 (34, 1 %)	38 miliar (33 %)
6.	Ekonomi kreatif	10 (3,6 %)	640 juta (0,6 %)
7.	Emergency	30 (10,8 %)	2,9 miliar (2,5 %)
8.	Pembangunan prasarana dan perumahan	5 (1,8 %)	1,3 miliar (1 %)
9.	Hukum. Advokasi dan politik	0	0
	Total	279	115,3 miliar

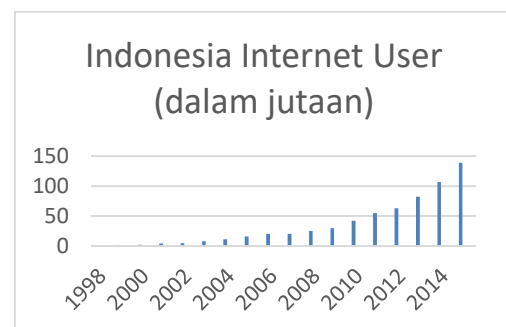
Sumber: Saidi & Abidin, 2004

Berdasarkan tabel tersebut dapat kita lihat bahwa dari perusahaan pun paling banyak memberikan bantuan dana untuk kegiatan-kegiatan pendidikan dan penelitian sebesar 66,8 miliar (57,9%), dan kegiatan pelayanan sosial sebesar 38 miliar (33%). Hal ini memperlihatkan bahwa dari perusahaan pun sangat berpotensi untuk menyumbangkan sebagian kecil dananya untuk kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial dan untuk kesejahteraan masyarakat.

Selain filantropi masyarakat Indonesia, model penggalangan dana pun saat ini seiring dengan semakin pesatnya era teknologi di dunia, mengakibatkan adanya pergeseran budaya. Penggalangan dana yang awal mulanya lebih sering dilakukan secara langsung, antara penerima manfaat atau institusi dengan donatur maka sekarang ini bisa juga dilakukan secara tidak langsung atau secara online melalui jaringan internet. Bermodalkan jaringan internet dan situs atau media sosial yang digunakan sebagai wadah, maka setiap pengguna internet sudah dapat mengaksesnya. Peluang dalam melakukan penggalangan dana secara online di Indonesia sangat besar, melihat penggunaan jaringan internet di Indonesia setiap tahunnya terus meningkat, berikut merupakan data statistik dari Asosiasi

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai penggunaan internet di Indonesia.

Grafik 1. Perkembangan Pengguna Internet Indonesia



Sumber : Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (2014)

Hasil survey APJII ini diperkuat oleh data yang dikeluarkan sebuah perusahaan riset yang meneliti pasar konsumen digital, Global Web Index (2014) yang menyebutkan bahwa pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia dalam lima tahun terakhir meningkat sebesar 430 persen. Selain itu Global Web Index juga mencatat bahwa Indonesia menempati urutan ke tujuh dunia dalam penggunaan internet yaitu dengan angka 58 juta orang pengguna. Dalam data ini peringkat pertama ditempati oleh China dengan 463 juta orang pengguna diikuti oleh Amerika Serikat, India, Brazil, Jepang dan Rusia.

Semakin berkembangnya pengguna internet di Indonesia berdampak pada semakin terbuka lebarnya peluang untuk melakukan fundraising dengan menggunakan strategi crowdfunding. Di Indonesia sendiri saat ini mulai berkembang beberapa portal web crowdfunding. Hingga tahun 2015 ini di Indonesia tercatat terdapat tiga situs crowdfunding yang mulai berkembang yaitu Wujudkan.com, Patungan.net serta KitaBisa.com. Situs web crowdfunding tersebut munculan untuk memanfaatkan potensi sosial media dan internet dengan tujuan untuk menjembatani antara donatur dengan orang-orang yang membutuhkan dana seperti para aktor penggerak berbagai gerakan dan proyek sosial, lembaga pelayanan sosial, organisasi maupun komunitas-komunitas sosial yang bertujuan untuk melakukan perubahan sosial dan mengupayakan kesejahteraan sosial di masyarakat.

Salah satu portal crowdfunding yang telah berhasil mendanai berbagai proyek sosial yaitu KitaBisa.com. KitaBisa.com berdiri pada tahun 2013 yang diinisiasi oleh seorang alumni Universitas Indonesia bernama Alfatih Timur. KitaBisa.com berkembang dibawah naungan Rumah Perubahan pimpinan Rhenald Kasali. Sejak awal berdiri hingga saat ini, KitaBisa.com telah berhasil mendanai berbagai proyek sosial. Salah satu proyek terbaru yang berhasil terdanai melalui KitaBisa.com yaitu proyek Istana Belajar Anak Banten.

Istana Belajar Anak Banten (ISBANBAN) merupakan proyek sosial yang diinisiasi oleh seorang mahasiswa Ilmu Kesejahteraan Sosial Universitas Padjadjaran bernama Panji Aziz Pratama. Panji dan anak-anak muda Banten tergabung dalam organisasi kerelawanan yang bernama Istana Belajar Anak Banten (Isbanban). Mereka memiliki tekad untuk membentuk taman baca di setiap pelosok desa di Provinsi Banten. Tenaga relawan yang tergabung dalam Isbanban saat ini berjumlah 256 orang yang tersebar di 6 wilayah Kabupaten/Kota diantaranya Kabupaten Lebak, Kabupaten Pandeglang, Kota Serang,

Kabupaten Serang, Kabupaten Tangerang dan Cilegon. Isbanban telah memiliki 7 taman baca di 6 wilayah tersebut. Ide awal dari proyek sosial ini yaitu adanya satu fenomena di Provinsi Banten dimana masih banyak daerah terpencil yang di dalamnya terdapat anak-anak yang masih belum bisa membaca. Melalui crowdfunding di KitaBisa.com, Isbanban telah berhasil terdanai oleh 50 orang donatur. Proyek ini berhasil mengumpulkan dana sebesar Rp 11.650.242 dari target pendanaan sebesar Rp 7.000.000.

Dengan melihat keberhasilan ISBANBAN dalam melakukan crowdfunding, terbukti bahwa crowdfunding sangat berpotensi untuk mendanai berbagai proyek sosial maupun sebagai salah satu metode fundraising yang dapat dilakukan oleh lembaga pelayanan sosial. Terlebih potensi crowdfunding di Indonesia ini didukung oleh tingginya minat filantropi masyarakat Indonesia dan juga dengan semakin pesatnya penggunaan internet di Indonesia.

Melihat besarnya potensi dalam crowdfunding, pekerja sosial yang pada dasarnya memiliki tujuan untuk meningkatkan keberfungsian sosial, menghubungkan klien dengan sistem sumber yang dibutuhkan, meningkatkan jaringan pelayanan sosial dan meningkatkan keadilan sosial melalui pengembangan kebijakan sosial juga dapat melakukan praktik crowdfunding ini dalam proses intervensi. Dalam hal ini praktik crowdfunding dalam proses intervensi pekerjaan sosial yaitu berkaitan dengan tujuan pekerjaan sosial yang berusaha menghubungkan klien dengan sistem sumber yang dibutuhkan. Dalam hal ini pula pekerja sosial memerankan perannya sebagai broker.

Dalam peran sebagai broker dalam praktik crowdfunding ini, pekerja sosial akan menghubungkan klien yang membutuhkan akses pendanaan dengan para calon donatur maupun dengan platform crowdfunding itu sendiri. Seringkali klien tidak mengetahui bahwa mereka memiliki sistem sumber yang dapat dimanfaatkan untuk mengetasi masalah yang sedang mereka hadapi, dalam hal ini lah

pekerja sosial berperan sebagai broker. Perannya disini adalah menghubungkan, menginformasikan dan memfasilitasi klien agar mereka dapat mendapatkan akses kepada sistem sumber yang mereka butuhkan tersebut.

KESIMPULAN

Setiap lembaga pelayanan sosial membutuhkan dana untuk menjalankan program-program pelayanannya. Selain itu dana tersebut juga dibutuhkan untuk memenuhi biaya operasional lembaga. Saat ini berbagai lembaga pelayanan sosial sudah tidak tergantung pada donatur, namun mereka juga telah mampu melakukan fundraising secara mandiri. Beberapa tahun belakangan ini di Indonesia mulai berkembang metode fundraising dengan memanfaatkan media internet, metode ini dinamakan crowdfunding. Dengan semakin berkembangnya pengguna internet di Indonesia dan tingginya filantropis masyarakat Indonesia, crowdfunding sangat berpotensi sebagai salah satu metode fundraising. Beberapa contoh praktik crowdfunding yang dilakukan juga telah menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Pekerja sosial dalam salah tujuannya yaitu menghubungkan klien dengan sistem sumber yang dibutuhkan atau yang lebih dikenal dengan istilah pekerja sosial sebagai broker, dapat melakukan praktik crowdfunding ini untuk menghubungkan klien yang membutuhkan pendanaan.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, H., & Kurniawati. (2004). Galang dana ala media: Strategi efektif mengumpulkan sumbangan masyarakat. Jakarta: Piramedia.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2014. Data statistik pengguna internet di Indonesia. Diunduh dari

<http://www.apjii.or.id/v2/read/article/statistik/262/statistik-internet-indonesia-.html> pada tanggal 22 Maret 2015 pukul 18.56 WIB.

- Gulati, S. (2014, Januari 29). TD Economics. Retrieved from TD Economics: <http://www.td.com/document/PDF/economics/special/Crowdfunding.pdf>
- Kettner, P. M. (2002). *Achieving Excellence In The Management of Human Service Organization*. Boston: Allyn and Bacon.
- Klein, K. (2007). *Fundraising for Social Change 5th edition*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Norton, M. (2002). *Menggalang Dana: Penuntun Bagi Lembaga Swadaya Masyarakat dan Organisasi Sukarela di Negara-Negara Selatan*. (Masri Maris, Penerjemah). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Saidi, Z., & Hamid, A. (2004). *Menjadi bangsa pemurah: Wacana dan praktek kedermawanan sosial di Indonesia*. Jakarta: Piramedia.
- Suharto, Edi. Tanpa tahun. *Peran Pekerja sosial dalam Community Development*. Diunduh dari http://www.policy.hu/suharto/modul_a/makindo_34.htm pada tanggal 18 Februari 2015 pukul 20.08 WIB.
- Sullivan, Michael. (2006). *Crowdfunding*. 10 Oktober 2012. <http://crowdfunding.pbworks.com/w/page/10402176/Crowdfunding>
- Z Said, H. A. (2003). *Pola dan Strategi Penggalangan Dana Sosial di Indonesia : Pengalaman Delapan Belas Lembaga Sosial*. Jakarta: Piramedia.