

**EFEKTIVITAS DIGITAL FUNDRAISING MELALUI
PLATFORM INDONESIAADERMAWAN.ID
(Studi pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo)**

SKRIPSI



Oleh:

Nurul Alfiatus Sholikhah

NIM 403180004

**JURUSAN MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

**IAIN
P O N O R O G O**

ABSTRAK

Sholikhah, Nurul Alfiatus. Efektivitas Digital Fundraising melalui Platform indonesiadermawan.id (Studi pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo). *Skripsi*. 2022. Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Unun Roudlotul Janah, M.Ag.

Kata kunci: Efektivitas, *digital fundraising*, indonesiadermawan.id.

Lembaga filantropi melakukan penggalangan dana atau *fundraising* dengan berbagai metode untuk merealisasikan tujuannya, yaitu menghimpun, mengelola, dan mendistribusikan dana ZISWAF. Sebagai salah satu lembaga filantropi, ACT Ponorogo menggunakan platform indonesiadermawan.id untuk kegiatan *fundraising*. Namun, banyak masyarakat yang masih awam mengenai platform indonesiadermawan.id. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih jauh latar belakang penggunaan platform dan efektivitas mekanisme penerapan *digital fundraising* melalui platform tersebut, serta faktor pendukung dan penghambatnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Penelitian ini mendeskripsikan fakta yang ditemukan di lapangan dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi. Pada penelitian ini, peneliti mengamati mekanisme penerapan platform indonesiadermawan.id oleh ACT Ponorogo. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa hal-hal yang melatarbelakangi penggunaan platform indonesiadermawan.id sebagai salah satu metode *fundraising* oleh ACT Ponorogo yaitu kepemilikan platform secara pribadi dan biaya operasional yang murah. Mekanisme penerapan platform jika dilihat berdasarkan kinerja belum efektif, sebab perolehan donasi masih jauh dari sasaran. *Fundraising* melalui indonesiadermawan.id memiliki faktor pendukung diantaranya platform milik pribadi, biaya operasional yang murah, kemudahan akses, informasi rinci dalam platform, dan dapat transfer melalui *e-wallet* dan gerai Alfamart. Selain itu ada pula faktor penghambat, yaitu kurang dikenal oleh masyarakat dan akses jaringan internet yang belum merata.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

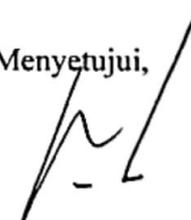
No.	Nama	NIM	Jurusan	Judul
1.	Nurul Alfiatus Sholikhah	403180004	Manajemen Zakat dan Wakaf	Efektivitas <i>Digital</i> <i>Fundraising</i> melalui Platform indonesiadermawan.id (Studi Kasus pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo)

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 25 Maret 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen
Zakat dan Wakaf

Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP 197507162005012004

Menyetujui,

Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP 197507162005012004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Efektivitas *Digital Fundraising* melalui Platform
indonesiadermawan.id (Studi pada Aksi Cepat Tanggap
Ponorogo)
Nama : Nurul Alfiatus Sholikhah
NIM : 403180004
Jurusan : Manajemen Zakat dan Wakaf

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah
satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP. 197506022002121003
Penguji I :
Iza Hanifuddin, Ph.D.
NIP. 196906241998021002
Penguji II :
Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP. 197507162005012004

Ponorogo, 25 April 2022

Mengesahkan,
Dekan FEB IAIN Ponorogo


Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

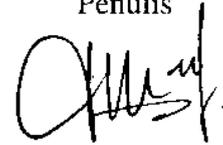
Nama : Nurul Alfiatus Sholikhah
NIM : 403180004
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Zakat dan Wakaf
Judul Skripsi/Tesis : Efektivitas *Digital Fundraising* melalui Platform Indonesiadermawan.id (Studi pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo)

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 26 Mei 2022

Penulis



Nurul Alfiatus Sholikhah

NIM. 403180004

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Alfiatus Sholikhah
NIM : 403180004
Jurusan : Manajemen Zakat dan Wakaf

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

EFEKTIVITAS DIGITAL FUNDRAISING MELALUI PLATFORM
INDONESIADERMAWAN.ID
(Studi pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 12 Mei 2022

Pembuat Pernyataan,



Nurul Alfiatus Sholikhah

NIM 403180004

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Studi Penelitian Terdahulu	13
F. Metode Penelitian.....	20
G. Sistematika Pembahasan	31
BAB II. TEORI EFEKTIVITAS FUNDRAISING	34

A. Pengertian Efektivitas.....	34
B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas	34
C. Pengukuran Efektivitas.....	36
D. Pengertian Fundraising.....	37
BAB III. HASIL PENELITIAN EFEKTIVITAS DIGITAL	
FUNDRAISING MELALUI PLATFORM	
INDONESIADERMAWAN.ID	39
A. Gambaran Umum Platform Indonesiadermawan.id.....	39
B. Latar Belakang Penggunaan Platform	
Indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap	
Ponorogo.....	48
C. Efektivitas Mekanisme Penerapan <i>Digital Fundraising</i>	
melalui Platform Indonesiadermawan.id.....	52
D. Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan <i>Digital</i>	
<i>Fundraising</i> melalui Platform Indonesiadermawan.id pada	
Aksi Cepat Tanggap Ponorogo.....	60
BAB IV. ANALISIS EFEKTIVITAS DIGITAL FUNDRAISING	
MELALUI PLATFORM INDONESIADERMAWAN.ID	69

A. Analisis Efektivitas Hal-Hal yang Melatarbelakangi Penggunaan Platform Indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo	69
B. Analisis Efektivitas Mekanisme Penerapan Digital Fundraising melalui Platform Indonesiadermawan.id.....	73
C. Analisis Efektivitas terhadap Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Digital Fundraising melalui Platform Indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo.....	77
BAB V. PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Undang-undang dan peraturan negara lainnya tentu tak lepas dari hukum Islam, salah satunya adalah zakat. Bukan hanya sebagai kewajiban setiap muslim, zakat dapat menjadi potensi besar apabila pengelolaannya dilakukan secara profesional. Selain zakat, ada pula infak, sedekah, dan wakaf, yang dianggap dapat menjadi aset keuangan besar yang dapat mengatasi kesenjangan kemiskinan di Indonesia.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, persentase penduduk miskin Indonesia pada bulan Maret 2021 sebesar 10,14% dari total seluruh penduduk Indonesia. Jika dibandingkan dengan bulan September 2020, maka terjadi penurunan sebesar 10,19%. Jika kita hanya melihat pada persentase yang berkisar pada 10,14%, angka tersebut memang terlihat kecil. Namun sebenarnya jika dilihat secara absolut, jumlah penduduk miskin di Indonesia masih sangat besar, karena jumlah yang didapat dari angka 10,14% adalah sebanyak 27,54 juta jiwa.¹

Di tengah problematika perekonomian dan kemiskinan, ZISWAF hadir menjadi solusi pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan.

¹ BPS, "Persentase Penduduk Miskin Maret 2021 turun menjadi 10,14 persen," dalam <https://www.bps.go.id>, (diakses pada tanggal 25 September 2021, jam 11.00 WIB).

Al-Qur'an menganjurkan kepada umat muslim yang mampu untuk mengeluarkan zakat, sebagai implementasi rukun Islam yang keempat, dan juga sebagai pelengkap jati diri seorang muslim. Disamping mengandung dimensi materi, perintah zakat juga menyimpan dimensi ruhiyah. Jika penerapannya dilakukan secara benar dan menyeluruh, zakat memiliki peran yang sangat esensial dalam dimensi ruhiyah, yang selanjutnya dapat melahirkan pertumbuhan ekonomi yang sehat dan pesat, dan merealisasikan keadilan sosial.²

Problematika perekonomian dan kemiskinan bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga kita sebagai warga negara. Ketika negara memiliki keterbatasan dalam mewujudkan keadilan sosial dan mempersempit kesenjangan ekonomi, maka terbentuk harapan lain yang bertumpu pada peran komunitas, terutama masyarakat terdidik yang memiliki pengaruh dan akses untuk membuat kebijakan-kebijakan yang lebih populer.³ Sejatinya komunitas-komunitas tersebut dapat berperan dalam proses pemberdayaan pada berbagai sektor, baik sebagai perintis maupun sebagai pendukung kebijakan-kebijakan publik yang utamanya berpihak pada masyarakat miskin. Dalam beberapa tahun terakhir, kondisi kemiskinan yang memprihatinkan telah menarik perhatian banyak kelompok masyarakat,

² Junaidi Safitri, "Implementasi Konsep Zakat dalam Al-Qur'an sebagai Upaya Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia," *At-Tasyri'*, Volume 9, Nomor 1, (2017), 3.

³ Hilman Latief, *Melayani Umat: Filantropi Islam dan Ideologi Kesejahteraan Kaum Modernis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 9.

seperti komunitas-komunitas, lembaga sosial, organisasi keagamaan, maupun perusahaan besar.

Peran komunitas dalam masyarakat terealisasi melalui gerakan kerelawanan dengan berbagai cara. Sebagian diantaranya dilakukan melalui gerakan filantropi sebagai santunan kepada kaum miskin, sebagian yang lain melalui proses pemberdayaan masyarakat.⁴ Filantropi jika diartikan secara sangat sederhana dan umum, berarti bersedekah atau memberi. Kegiatan bersedekah atau memberi kepada yang membutuhkan, tidaklah sulit untuk dijumpai maupun dilakukan. Bersedekah dapat dilakukan dimana saja, dari dan untuk siapa saja, serta tanpa adanya ketentuan yang terkait dengan status sosial. Filantropi bukan merupakan gerakan individu, tetapi lebih kompleks lagi yaitu gerakan kelompok bahkan gerakan yang dilakukan oleh korporasi. Didukung oleh kebijakan publik, komunitas-komunitas sosial masyarakat melakukan penggalangan dana sosial kemudian mengelolanya untuk didistribusikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Dari sejarah itulah yang kemudian mendorong lahirnya lembaga filantropi, baik yang dibentuk oleh pemerintah (BAZNAS), maupun swasta yang diinisiasi oleh swadaya masyarakat (LAZ).

Lembaga filantropi yang pertama kali berdiri di Indonesia yaitu Dompot Dhuafa Republika, yang pertama kali dirintis pada tanggal 2 Juli 1993. Kemudian pada tanggal 10 Oktober 2001, Dompot Dhuafa Republika dikukuhkan untuk pertama kalinya sebagai Lembaga Zakat Nasional

⁴ Ibid, 10.

(Lembaga Amil Zakat) oleh Departemen Agama RI.⁵ Pada tanggal 23 September 1999, pemerintah menetapkan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat. Seiring dengan dikeluarkannya undang-undang tersebut, BAZNAS didirikan secara resmi sebagai satu-satunya Organisasi Pengelola Zakat dibawah naungan pemerintah. Selanjutnya, pada tanggal 25 November 2011, dikeluarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat sebagai pengganti dari Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat, karena undang-undang tersebut sudah tidak sesuai dengan perkembangan kebutuhan hukum dalam masyarakat.

Dari tahun ke tahun, semakin banyak berdiri lembaga filantropi baru atau lembaga lama yang memperluas jaringannya. Tujuan utama lembaga filantropi adalah untuk menghimpun, mengelola, dan mendistribusikan dana ZISWAF kepada orang-orang yang membutuhkan. Walaupun data kualitatif menunjukkan banyak sekali kontribusi filantropi terhadap pembangunan, akan tetapi tidak ada data kuantitatif dari berbagai kajian akademis, yang mengungkap secara pasti berapa tepatnya jumlah lembaga filantropi yang ada di Indonesia, baik yang berbasis pada nilai-nilai sosial maupun berbasis pada keyakinan agama manapun. Meski demikian, harus diakui bahwa filantropi

⁵ Dompot Dhuafa Waspada, "Sejarah Dompot Dhuafa," dalam <https://ddwaspada.org/sejarah/>, (diakses pada tanggal 26 September 2021, jam 16.00 WIB).

begitu potensial untuk dikembangkan sebagai sumber pendanaan alternatif terhadap pembangunan dan pemberdayaan masyarakat.⁶

Setiap lembaga atau perusahaan tentu membutuhkan kegiatan *marketing*, yang dalam istilah lembaga filantropi disebut sebagai kegiatan *fundraising*. *Fundraising* atau penghimpunan dana merupakan kegiatan mengumpulkan dana yang dilakukan dengan berbagai strategi guna mencapai tujuan lembaga-lembaga tersebut. Jika dalam perusahaan bisnis, kegiatan *marketing* yaitu menawarkan produk atau jasa yang dibutuhkan calon konsumen, maka penawaran yang dilakukan dalam *fundraising* pada lembaga filantropi bukanlah produk atau jasa, melainkan program-program kemanusiaan. *Fundraiser* (pihak yang melakukan *fundraising*) berperan aktif dalam proses mempengaruhi individu, masyarakat, maupun perusahaan, agar mereka mau menyumbangkan dananya untuk pembiayaan program-program di lembaga filantropi. Ketertarikan calon donatur dalam membiayai program yang ditawarkan bukanlah karena kebutuhan, melainkan karena mereka memahami nilai yang ditawarkan pada sebuah program.⁷

Kegiatan *fundraising* dilakukan dengan berbagai macam metode dan strategi. Pada awalnya, metode *fundraising* yang biasa digunakan oleh lembaga filantropi, hanya dilakukan secara *offline*. Metode *offline* biasanya berupa penggalangan dana yang dilakukan di jalan, konser dan bazar amal,

⁶ Imron Hadi Tamim, "Filantropi dan Pembangunan," *Jurnal Community Development*, Volume 1, Nomor 1, (2016), 128.

⁷ Abdul Ghofur, *Tiga Kunci Fundraising: Sukses Membangun Lembaga Nirlaba* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 84.

tabung amal, hingga menjalin kerjasama dengan komunitas sosial dan perusahaan-perusahaan bisnis. Di era digital ini, hampir seluruh kegiatan di berbagai sektor kehidupan beralih menggunakan teknologi yang canggih. Tidak dapat dipungkiri bahwa semakin hari internet semakin berkembang dan memainkan peran penting di era sekarang ini. Perkembangan pesat dunia teknologi dan informasi telah banyak mempengaruhi kehidupan manusia, seolah mereka menggantungkan hidupnya pada kecanggihan teknologi. Dengan semakin canggihnya perangkat telekomunikasi, dianggap sebagai suatu revolusi teknologi yang paling berpengaruh terhadap perilaku komunikasi dan interaksi manusia terhadap satu sama lain merupakan salah satu faktor kunci terciptanya pemasaran secara digital.

Era digital revolusi industri 4.0 memberikan dampak positif yang tak sedikit bagi manusia, meskipun pada kenyataannya terdapat pula dampak negatif yang ditimbulkan dari kecanggihan teknologi. Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa peralihan aktivitas-aktivitas dari cara konvensional menjadi cara modern di era digital ini tentu akan mempersingkat waktu dan tenaga dalam berbagai kegiatan. Ketergantungan manusia terhadap teknologi digital telah menjelma menjadi gaya hidup di era modern. Segala hal seringkali dilakukan melalui *smartphone*, bahkan hingga hal paling sederhana sekalipun.

Menteri keuangan Sri Mulyani mengatakan bahwa perkembangan revolusi industri 4.0 telah membuat semua negara berlomba-lomba untuk meningkatkan produktivitas menggunakan teknologi digital. Indonesia

memiliki kesempatan untuk ikut serta dalam kompetisi ini, namun beliau juga mengatakan bahwa tantangan yang harus dihadapi tidaklah sedikit. Salah satu tantangan yang dikemukakan adalah pengguna aktif internet di Indonesia yang memanfaatkan internet untuk keperluan transaksi perdagangan masih sedikit jumlahnya. Keberadaan platform digital yang tersedia saat ini masih terbatas. Jumlah pengguna aktif internet yang menggunakan internet sebagai media komunikasi yaitu sebesar 36% dan 21% yang menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Sedangkan yang menggunakannya untuk fasilitas produktif seperti *e-commerce* baru 3%. Tantangan lain yang harus dihadapi adalah masih rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap sistem transaksi digital dan belum meratanya akses internet di Indonesia.⁸

Faktor kecepatan, biaya yang murah, dan jangkauan yang tidak terbatas, menjadi pertimbangan penting bagi lembaga filantropi untuk melakukan kegiatan promosi program-program mereka.⁹ Menurut Deputi BAZNAS, Arifin Purwakananta, saat ini diperkirakan bahwa perilaku muzaki Indonesia akan mengalami pergeseran, yaitu dari transaksi fisik menuju kepada transaksi digital, dalam hal menunaikan zakatnya. Hampir semua Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) sekarang ini, tergerak untuk terus

⁸ Kominfo, "Menkeu: Kemampuan Adopsi Teknologi Digital Tentukan Perkembangan Ekonomi Negara," dalam <https://www.kominfo.go.id/content/detail/36854/menkeu-kemampuan-adopsi-teknologi-digital-tentukan-perkembangan-ekonomi-negara/0/berita>, (diakses pada tanggal 27 September 2021, jam 21.15 WIB).

⁹ Ulfa Junidar, "Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam (Studi terhadap PKPU dan Rumah Zakat di Indonesia)," *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam*, Volume 2, Nomor 2, (2020), 191.

melancarkan inovasi-inovasi digital dalam sosialisasi dan *fundraising*, agar dapat mengoptimalkan penghimpunan zakat.¹⁰

Metode *fundraising* yang awalnya hanya dilakukan secara *offline* kini juga dilakukan secara *online*. Strategi kegiatan *fundraising* mengikuti perkembangan zaman dengan menerapkan sistem digitalnya, namun tetap tidak meninggalkan metode *offline*. Sosialisasi dan promosi kepada masyarakat dilakukan dengan cara yang jauh lebih kreatif, seperti penggunaan media sosial, platform atau situs web, *direct mail*, penyebaran brosur, poster, aplikasi, dan juga kerjasama dengan *e-commerce*. Kini lembaga filantropi juga dapat mempublikasikan hasil dari seluruh kinerja yang telah dilakukan, baik laporan donasi, rencana program, perkembangan, dan pelaksanaannya secara berkala.¹¹ Dampaknya, masyarakat yang masih awam terhadap lembaga filantropi dan program-programnya pun akan lebih mudah menerima informasi melalui media teknologi.

Salah satu perusahaan transportasi *online*, Gojek yang bekerjasama dengan berbagai LAZ melalui platform GoZakat, melaporkan pertumbuhan transaksi zakat hingga 17 kali lipat sejak bulan November 2019. Gojek telah memulai kerjasama dengan berbagai LAZ sejak bulan Ramadhan tahun 2018. Kondisi ini terjadi sebab adanya dorongan transformasi digital pada lembaga-lembaga tersebut serta inisiatif kerja sama yang dijalin dengan perusahaan-

¹⁰ Ade Nur Rohim, "Optimalisasi Zakat Melalui Digital Fundraising," *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Volume 4, Nomor 1, (2019), 61.

¹¹ Makhrus, "Aktivisme Pemberdayaan Masyarakat dan Institusionalisasi Filantropi Islam di Indonesia," *Islamadina*, Volume 13, Nomor 2, (2014), 32.

perusahaan digital seperti *e-commerce*, *fintech*, *online banking*, transportasi *online*, dan lainnya, untuk memperluas layanan pengumpulan dan penyaluran dana ZISWAF.¹² Inovasi ini menjadi jalan pembuka bagi umat muslim untuk menyalurkan dana ZISWAF melalui *Financial Technology*. Terdapat beberapa aplikasi yang telah menyediakan fasilitas *fintech* untuk pelayanan *fundraising*, bahkan satu aplikasi biasanya bekerjasama dengan beberapa *fintech*, misalnya Tokopedia yang telah terintegrasi dengan OVO; MyTelkomsel terintegrasi dengan GoPay, ShopeePay, OVO, dan Dana; dan By.U terintegrasi dengan ShopeePay, LinkAja, dan GoPay. Fasilitas kemudahan tersebut cenderung menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk menyalurkan dana sosialnya.

Salah satu lembaga filantropi yang ada di Ponorogo yaitu Aksi Cepat Tanggap (ACT). ACT Ponorogo merupakan lembaga filantropi cabang dari yayasan Aksi Cepat Tanggap yang memiliki kantor pusat di Jakarta Selatan. Layanan ACT bergerak pada bidang kemanusiaan, zakat, infaq, sedekah wakaf, dan qurban. Salah satu hal yang menarik dari ACT adalah kiprahnya yang tidak hanya berada di Indonesia, tetapi juga mencakup internasional. Salah satu strategi pengumpulan dana yang dilakukan ACT adalah melalui platform *indonesiadermawan.id* sebagai metode *fundraising* dengan sistem digital. Problematika yang menarik untuk dibahas yaitu apakah ACT Ponorogo mampu memaksimalkan strategi *digital fundraising* tersebut agar dapat mengimbangi penerimaan dana melalui platform *indonesiadermawan.id*

¹² Andika, dkk., “Gerakan Platform Digital Maksimalkan Donasi Masyarakat,” dalam <https://knks.go.id/berita/244>, (diakses pada 27 September 2021, jam 21.47 WIB).

seperti kantor cabang lain dan sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Sebab dapat dikatakan bahwa ACT Ponorogo ini merupakan cabang yang baru berdiri pada Maret 2021, sedangkan pada kantor cabang lainnya yang telah berdiri lebih lama, strategi *digital fundraising*nya sudah cukup efektif.

Keberadaan ACT cabang Ponorogo, meskipun masih sangat baru namun telah menjalankan banyak program-program kemanusiaan. Diantara program-program yang terlaksana yaitu: distribusi beras dan air minum wakaf ke pesantren-pesantren di Ponorogo, sebagai bagian dalam program GSPN (Gerakan Sedekah Pangan Nasional), pembangunan Sumur Wakaf di Ngrayun dan Sooko, aksi untuk Palestina, penggalangan dana untuk bencana alam di Indonesia, operasi makan gratis, penyaluran bantuan kepada *mustahik*, dan lain-lain.¹³

Platform *indonesidermawan.id* merupakan program yang diciptakan dari Aksi Cepat Tanggap pusat sebagai wadah gerakan kedermawanan, dengan masyarakat Indonesia sebagai targetnya.¹⁴ Setiap kantor cabang hanya berperan sebagai pengguna platform untuk aktivitas *digital fundraising*. ACT Ponorogo sendiri telah menggunakan platform ini sejak awal kantor cabang didirikan, yaitu pada Maret 2021. Perbedaan antara platform *indonesidermawan.id* dengan platform *crowdfunding* lainnya, seperti *Kitabisa.com*, terletak pada *fundraiser* yang melakukan kampanye donasi.

¹³ Megawati N. Aminati, *Wawancara*, 31 Januari 2022.

¹⁴ Asep Firmansyah, "ACT Luncurkan Aplikasi Indonesia Dermawan 2.0 Fasilitasi Para Penderita," dalam <https://www.antaraneews.com/berita/2333814/act-luncurkan-aplikasi-indonesia-dermawan-20-fasilitasi-para-penderita>, (diakses pada 17 Oktober 2021, jam 9.15 WIB).

Akses kampanye *fundraising* pada platform indonesiadermawan.id hanya dapat dilakukan oleh staf ACT dari kantor pusat dan seluruh kantor cabang, sedangkan pada platform Kitabisa.com, akses kampanye *fundraising* dapat diakses oleh siapa saja.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di ACT Ponorogo dibandingkan dengan lembaga filantropi lainnya, karena sejauh ini belum ada penelitian yang mengungkap efektif atau tidaknya platform indonesiadermawan.id sebagai sarana *digital fundraising* oleh ACT. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam strategi *digital fundraising* ACT Ponorogo tersebut dengan judul: “Efektivitas Digital Fundraising melalui Platform indonesiadermawan.id (Studi pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo)”.

B. Rumusan Masalah

1. Apa yang melatarbelakangi penggunaan platform indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo?
2. Bagaimana efektivitas mekanisme penerapan *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat penerapan *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis efektivitas latar belakang penggunaan platform Indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo.
2. Untuk menganalisis efektivitas mekanisme penerapan *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo.
3. Untuk menganalisis efektivitas terhadap faktor pendukung dan penghambat penerapan *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis dan praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Dengan hasil penelitian yang berjudul “Efektivitas *Digital Fundraising* melalui Platform indonesiadermawan.id (Studi pada Lembaga ACT Ponorogo)” ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat mengenai Indonesiadermawan.id sebagai platform penghimpunan dana ZISWAF.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi lembaga filantropi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan inovasi dan kreasi dalam mengembangkan strategi *fundraising* dengan sistem digital melalui platform penghimpunan ZISWAF agar dapat menarik lebih banyak donatur.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dari teori-teori yang pernah didapat dan mengimplementasikannya agar dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai efektivitas platform pengumpulan ZISWAF indonesiadermawan.id.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian lebih mendalam, ada beberapa penelitian yang membahas tentang *fundraising* yang telah dilakukan para peneliti sebelumnya. Sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis maka perlu dikemukakan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan terhadap topik yang diteliti. Penulis memilih beberapa contoh penelitian untuk dijadikan sebagai rujukan.

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Nia Qomaria, program studi Manajemen Zakat dan Wakaf Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2021, dengan Judul “*Fundraising* ZIS di Era Digital: Efektivitas Tabung Amal.id sebagai Platform Pengumpulan ZIS Nurul Falah Surabaya.” Dalam penelitian tersebut membahas tentang Efektivitas tabung amal.id sebagai Platform *Fundraising* ZIS di Era Digital pada Lembaga Nurul Falah Surabaya. Pendekatan yang digunakan penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif. Rumusan masalahnya adalah: 1) Bagaimana respon *muzakki* terhadap tabung amal.id Lazis Nurul Falah Surabaya? 2)

Bagaimana efektivitas tabung amal.id sebagai platform penghimpunan ZIS Nurul Falah Surabaya? Hasil penelitian menyatakan bahwa platform tabung amal.id sangat efektif karena sudah memenuhi target. Terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti. Objek dalam penelitian Nia Qomaria yaitu pada LAZIS Nurul Falah Surabaya, sedangkan objek penelitian yang dilakukan penulis yaitu pada ACT Ponorogo. Untuk persamaan penelitian ini yaitu terletak pada pembahasan mengenai efektivitas platform lembaga sebagai metode *fundraising* dengan sistem digital.¹⁵

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Windika Wulandari, program studi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2020, dengan judul “Peran Teknologi Digital dalam *Fundraising* Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) pada LAZNAS Mizan Amanah Ulujami Jakarta Selatan.” Dalam penelitian tersebut membahas tentang Peran Teknologi Digital dalam *Fundraising* Zakat, Infak, dan Sedekah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Adapun rumusan masalahnya adalah: 1) Bagaimana peran teknologi digital dalam *fundraising* zakat, infak, dan sedekah pada LAZNAS Mizan Amanah Ulujami Jakarta Selatan? 2) Bagaimana perkembangan zakat, infak dan sedekah setelah diterapkan sistem pembayaran melalui teknologi digital? 3) Apa sajakah yang menjadi faktor penghasil LAZNAS Mizan Amanah Ulujami dalam *fundraising* zakat, infak dan sedekah melalui teknologi digital? Hasil penelitian

¹⁵ Nia Qomaria, “Fundraising ZIS di Era Digital: Efektivitas Tabung Amal.id sebagai Platform Penghimpunan ZIS Nurul Falah Surabaya,” *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021).

menyatakan bahwa dengan menerapkan pembayaran zakat melalui teknologi digital, LAZNAS Mizan Amanah mengalami perkembangan jumlah *fundraising* zakat, infak, dan sedekah. Terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaan terletak pada topik penelitian yang dibahas. Dalam penelitian Windika Wulandari, topik penelitian yaitu peran teknologi digital dalam *fundraising*, sedangkan topik penelitian yang dilakukan penulis adalah efektivitas platform *indonesiadermawan.id* dalam *fundraising*. Persamaan penelitian ini yaitu pembahasan mengenai *fundraising* ZIS melalui teknologi digital.¹⁶

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Aisyah Ekawati Setyani, program studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia tahun 2018, dengan judul “Efektivitas Strategi *Fundraising* Wakaf Berbasis Wakaf *Online* di Global Wakaf Aksi Cepat Tanggap Yogyakarta.” Dalam penelitian tersebut membahas tentang efektivitas *fundraising* wakaf berbasis wakaf *online* Global Wakaf Aksi Cepat Tanggap Yogyakarta. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Adapun rumusan masalahnya yaitu: 1) Bagaimana pelaksanaan *fundraising* wakaf berbasis *online* di Global Wakaf ACT Yogyakarta? 2) Bagaimana efektivitas strategi *fundraising* wakaf dengan layanan wakaf *online* di Global Wakaf ACT Yogyakarta? Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya layanan wakaf *online* dapat dikatakan efektif dibuktikan dengan peningkatan jumlah

¹⁶ Windika Wulandari, “Peran Teknologi Digital Dalam *Fundraising* Zakat Infak, dan Sedekah (ZIS) Pada LAZNAS Mizan Amanah Ulujami Jakarta Selatan,” *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020).

perolehan dan presentase perbandingan sebelum dan setelah adanya layanan wakaf *online*. Terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaan penelitian terletak pada topik yang diteliti. Pada penelitian yang dilakukan Aisyah Ekawati Setyani, topik penelitian yaitu *fundraising* wakaf *online*, sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis, topik penelitian yaitu *fundraising* dengan sistem digital melalui platform *indonesiadermawan.id*. Persamaan pada penelitian ini yaitu objek penelitian yang meneliti Aksi Cepat Tanggap, meskipun terletak di lokasi cabang yang berbeda.¹⁷

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Mita Odaliya, program studi Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2020, dengan judul “Strategi Digital *Marketing* Sosialisasi Sedekah ACT (Aksi Cepat Tanggap) dalam Membantu Masyarakat Kurang Mampu.” Penelitian tersebut membahas mengenai strategi digital *marketing* yang dilakukan ACT untuk sosialisasi sedekah yang hasilnya akan disalurkan kepada masyarakat kurang mampu. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Adapun rumusan masalahnya adalah: Bagaimana strategi digital *marketing* Aksi Cepat Tanggap (ACT) dalam menjalankan program sosialisasi sedekah terhadap masyarakat kurang mampu? Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi digital *marketing* yang dilakukan ACT adalah dengan menyajikan konten yang profesional, pengelolaan *community web*,

¹⁷ Aisyah Ekawati Setyani, “Efektivitas Strategi Fundraising Wakaf Berbasis Wakaf Online di Global Wakaf Aksi Cepat Tanggap Yogyakarta,” *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018).

memanfaatkan *mobile apps*, dan berpromosi melalui media sosial. Terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaan penelitian terletak pada topik yang dibahas. Pada penelitian yang dilakukan Mita Odaliya, topik yang dibahas yaitu mengenai strategi digital *marketing* dalam melakukan sosialisasi sedekah, sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis, membahas tentang efektivitas fundraising dengan sistem digital. Persamaan pada penelitian ini terletak pada objek yang diteliti, yaitu Aksi Cepat Tanggap.¹⁸

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Anis Wuryanti, program studi Manajemen Zakat dan Wakaf Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2020, dengan judul “Analisis Efektivitas Metode *Fundraising* Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Ponorogo.” Penelitian tersebut membahas mengenai efektivitas metode *fundraising* di BAZNAS Ponorogo dengan metode *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Adapun rumusan masalahnya adalah: 1) Apa saja metode *fundraising* yang digunakan BAZNAS Kabupaten Ponorogo? 2) Bagaimana efektivitas metode *fundraising* yang digunakan BAZNAS Kabupaten Ponorogo? 3) Kendala apa yang terjadi dalam melaksanakan metode *fundraising* BAZNAS Kabupaten Ponorogo? Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fundraising* pada BAZNAS Ponorogo telah efektif, baik dengan metode *direct fundraising*, maupun *indirect fundraising*, terbukti

¹⁸ Mita Odaliya, “Strategi Digital Marketing Sosialisasi Sedekah ACT (Aksi Cepat Tanggap) dalam Membantu Masyarakat Kurang Mampu,” *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020).

dengan meningkatnya jumlah muzakki dan dana ZIS yang masuk ke BAZNAS Ponorogo. Terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti. Dalam penelitian yang dilakukan Anis Wuryanti, objek penelitian yang diteliti adalah tentang metode *fundraising* secara umum, sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis, objek penelitian adalah *fundraising* dengan sistem digital. Persamaan penelitian ini terletak pada permasalahan yang diangkat, yaitu metode *fundraising*.¹⁹

Keenam, skripsi yang ditulis oleh Maghfira, program studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar 2019, dengan judul “Efektivitas Kitabisa.com sebagai Media *Crowdfunding* dalam Mendukung Pertumbuhan Wakaf Sosial.” Penelitian tersebut membahas tentang efektivitas platform *crowdfunding* Kitabisa.com dalam mendukung pertumbuhan wakaf sosial. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun rumusan masalahnya adalah: 1) Bagaimana motivasi donatur sehingga memberi donasi wakaf sosial pada platform kitabisa.com? 2) Bagaimana efektivitas pertumbuhan wakaf sosial pada kitabisa.com? Hasil penelitian menunjukkan bahwa media *crowdfunding* Kitabisa.com belum memenuhi kriteria efektivitas, sebab hasil yang diperoleh belum mencapai persentase 100% dari target yang ditetapkan. Terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti.

¹⁹ Anis Wuryanti, “Analisis Efektivitas Metode Fundraising Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Ponorogo,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020).

Dalam penelitian yang dilakukan Maghfira, objek penelitian yang diteliti yaitu media *crowdfunding* Kitabisa.com, sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis, objek penelitian adalah platform *indonesiadermawan.id*. Persamaan penelitian ini terletak pada permasalahan yang diangkat, yaitu metode *fundraising* dengan sistem digital.²⁰

Ketujuh, skripsi yang ditulis oleh Dzurriyatun Nafiah, program studi Ilmu Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2018, dengan judul “Efektivitas Strategi *Digital Marketing* pada Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (ZIS) dengan Pendekatan *Direct Rating Method* (DRM) (Studi Kasus NU CARE-LAZISNU Jakarta Pusat).” Penelitian tersebut membahas tentang efektivitas *fundraising* ZIS melalui *digital marketing* dengan pendekatan *Direct Rating Method*. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan deskriptif kuantitatif. Adapun rumusan masalahnya adalah: “Bagaimana efektivitas strategi *digital marketing* pada penghimpunan dana zakat, infaq dan shodaqoh (ZIS) NU CARE-LAZISNU dengan menggunakan pendekatan *Direct Rating Method* (DRM)?” Hasil penelitian membuktikan bahwa strategi *digital marketing* melalui facebook, twitter dan instagram dengan pendekatan DRM dikategorikan efektif. Terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaan penelitian terletak pada jenis pendekatan penelitian dan objek yang diteliti. Dalam penelitian yang dilakukan Dzurriyatun Nafiah, objek penelitian yang diteliti yaitu strategi

²⁰ Maghfira, “Efektivitas Kitabisa.Com sebagai Media Crowdfunding dalam Mendukung Pertumbuhan Wakaf Sosial,” *Skripsi* (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin, 2019).

digital marketing pengumpulan ZIS pada NU CARE-LAZISNU Jakarta Pusat, sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis, objek penelitian yaitu *fundraising* melalui platform *indonesiadermawan.id*. Persamaan penelitian ini yaitu pembahasan mengenai *fundraising* ZIS melalui teknologi digital.²¹

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan pengumpulan data dari suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.²² Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian interpretasi data. Penelitian kualitatif dilakukan dengan mendeskripsikan fakta yang ada di lapangan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman tentang suatu peristiwa atau perilaku manusia dalam suatu organisasi.

Jenis metode kualitatif yang digunakan adalah studi kasus, yang merupakan metode dengan cara mengkaji suatu kasus tertentu secara lebih mendalam dengan melibatkan informasi yang berasal dari berbagai

²¹ Dzurriyatun Nafiah, "Efektivitas Strategi Digital Marketing pada Pengumpulan Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (ZIS) dengan Pendekatan Direct Rating Method (DRM) (Studi Kasus NU CARE-LAZISNU Jakarta Pusat)," *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo, 2018).

²² Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 8.

sumber. Studi kasus dilakukan karena kasus yang dikaji cukup unik, menarik, dan bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat. Dengan metode studi kasus ini, peneliti bertujuan untuk memahami suatu kasus secara keseluruhan serta peristiwa-peristiwa yang nyata untuk menemukan ciri khasnya.²³ Studi kasus yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu *digital fundraising* pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo.

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kualitatif, yang merupakan metode permasalahan yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi situasi atau keadaan yang diteliti secara luas, menyeluruh, dan mendalam.²⁴ Pendekatan kualitatif diharapkan dapat menghasilkan penjelasan yang rinci tentang ucapan, tulisan, dan perilaku yang diamati dari suatu individu atau kelompok tertentu yang dikaji melalui sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.

2. Lokasi /Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti mengumpulkan data-data yang dibutuhkan mengenai kasus yang dibahas. Penelitian ini dilakukan di Aksi Cepat Tanggap Ponorogo, yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No. 222, Banyudono, Ponorogo. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena saat ini belum banyak lembaga filantropi yang

²³ Jozef Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya* (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 50.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2009), 205.

menerapkan *digital fundraising* melalui platform internal seperti *indonesiadermawan.id* pada Aksi Cepat Tanggap. Selain itu, Aksi Cepat Tanggap Ponorogo merupakan lembaga cabang dari Aksi Cepat Tanggap pusat, yang baru didirikan pada tahun 2021. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui apakah penggunaan platform *indonesiadermawan.id* pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo telah berjalan efektif seperti pada Aksi Cepat Tanggap Pusat.

3. Data dan Sumber Data

Data adalah fakta lapangan mengenai suatu kasus yang sedang diteliti. Data dalam penelitian terdiri dari keseluruhan informasi atau kebutuhan yang disediakan alam yang harus dicari, dikumpulkan, dan dipilih oleh peneliti.²⁵ Selanjutnya yang disebut dengan sumber data adalah tempat asal data diperoleh. Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli dalam penelitian. Data primer adalah sumber data yang memuat data-data utama, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari studi lapangan, misalnya data dari narasumber.²⁶ Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung di lapangan, yaitu melalui ACT Ponorogo. Data dapat diperoleh dengan mengumpulkan informasi

²⁵ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Solo: Cakra Books, 2014), 107.

²⁶ *Ibid*, 113.

melalui wawancara kepada pihak yang berwenang di ACT Ponorogo, yaitu kepala cabang dan para staf. Selain itu, data juga diperoleh dengan cara observasi, yang dilakukan melalui pengamatan terhadap efektivitas mekanisme penerapan *digital fundraising* melalui platform *indonesiadermawan.id*, yang meliputi latar belakang penggunaan platform dan faktor pendukung serta penghambat penerapan *digital fundraising* melalui platform tersebut.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang tidak diambil di lapangan, melainkan dari sumber lain yang berkaitan dengan kasus yang diteliti, misalnya: buku, dokumen, foto, dan jurnal. Data sekunder berfungsi sebagai sumber data pelengkap dan dapat menjadi sumber data yang utama bila tidak tersedia narasumber dalam fungsinya sebagai sumber data primer.²⁷ Dalam penelitian ini, sumber data sekunder dapat diperoleh melalui buku dan jurnal penelitian terdahulu, website resmi ACT, akun media sosial resmi ACT, dan sumber lain yang berkaitan dengan topik penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang sangat utama dan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan sebanyak-

²⁷ Ibid.

banyaknya data yang lengkap dan mendalam.²⁸ Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data melalui wawancara didasarkan pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi.²⁹

Wawancara merupakan percakapan yang dimaksudkan untuk tujuan tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan narasumber. Wawancara dilakukan secara langsung secara tatap muka dengan narasumber, atau secara tatap maya melalui media komunikasi digital. Teknik wawancara yang dilakukan ada tiga jenis, yaitu:

- 1) Wawancara mendalam (*in-depth interview*), yaitu jenis wawancara yang pada umumnya disampaikan secara spontan. Jenis wawancara mendalam merupakan jenis wawancara yang sangat sering digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian. Dalam wawancara mendalam, narasumber mengemukakan pendapatnya, kemudian pendapat itu dapat digunakan sebagai dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian selanjutnya.
- 2) Wawancara dengan petunjuk umum, yang merupakan wawancara dengan terlebih dahulu menyusun kerangka atau garis besar pokok

²⁸ Ibid, 124.

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 95.

pembicaraan dalam bentuk kerangka wawancara. Topik dan pertanyaan dalam wawancara tidak boleh keluar dari kerangka yang telah disusun, namun urutan pertanyaan dapat bersifat fleksibel, sesuaikan dengan alur dan kondisi narasumber.

- 3) Wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bertujuan untuk menemukan informasi tidak baku atau bukan informasi tunggal. Perbedaan wawancara ini dengan terstruktur adalah dalam hal waktu bertanya dan memberikan respon yang lebih bebas. Selain itu, narasumbernya terbatas hanya yang dipilih saja, yakni narasumber yang dipandang memiliki pengetahuan dan mendalami situasi serta memiliki informasi yang diperlukan.³⁰

b. Observasi

Observasi yaitu mengumpulkan data langsung dari lapangan. Observasi data dapat berupa gambaran tentang sikap, perilaku, tindakan, dan interaksi antar manusia. Proses observasi diawali dengan identifikasi lokasi penelitian dan membuat pemetaan, sehingga diperoleh gambaran umum tentang sasaran penelitian. Selanjutnya, identifikasi observasi dengan konsep 5W+1H. Kemudian peneliti menetapkan dan mendesain cara merekam wawancara. Rekaman wawancara yang harus dijaga di tempat yang baik, sehingga kualitas

³⁰ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif*, 126.

suara saat wawancara tetap terjamin, karena akan diputar kembali dan didengar berkali-kali untuk dianalisis.³¹

Observasi dilakukan dengan mengamati dan memperhatikan kinerja serta hal-hal lain yang berkaitan dengan platform indonesiadermawan.id di ACT Ponorogo, kemudian mencatat fenomena apa saja yang muncul. Dengan mengamati kinerja platform, diharapkan dapat memperoleh data yang akan digunakan untuk melengkapi penelitian.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan dengan menelusuri jejak dokumentasi yang ada, seperti melalui website resmi Aksi Cepat Tanggap, yaitu <https://act.id> dan <https://indonesiadermawan.id>. Selain itu ada pula jejak dokumentasi pada artikel, arsip, jurnal ilmiah, sosial media, dan sebagainya. Sosial media ACT yaitu terdapat Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Studi dokumentasi digunakan untuk mendukung informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian dan melengkapi data-data dalam rangka menganalisis masalah yang sedang diteliti. Data pada teknik studi dokumentasi bersifat tidak terbatas, sehingga dapat digunakan untuk menggali informasi yang terjadi di masa lampau.

5. Teknik Pengolahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data berupa:

³¹ Jozef Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, 122.

- a. Editing, merupakan pemeriksaan kembali keseluruhan data yang telah diperoleh, terutama dari segi kelengkapan dan kejelasan antara satu data dengan data yang lainnya, relevansi data, dan keseragaman satuan atau kelompok data.
- b. *Organizing*, merupakan penyusunan pertanyaan-pertanyaan dalam perumusan masalah secara sistematis.
- c. Analisis data, merupakan suatu proses yang dilakukan dengan menyusun data sehingga maknanya dapat ditafsirkan. Proses ini dimulai dari pengumpulan data, verifikasi, kemudian mendapatkan kesimpulan akhir setelah seluruh data yang didapatkan.³²

6. Teknik Analisis Data

Analisis berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri dari kata “*ana*” dan “*lysis*”. *Ana* artinya atas, *lysis* artinya memecahkan. Agar data dapat dianalisis, data tersebut harus dipecah terlebih dahulu menjadi bagian-bagian kecil menurut elemen dan strukturnya, kemudian diaduk bersama untuk memperoleh pemahaman yang baru. Analisis data dapat dikatakan sebagai suatu proses sistematis terhadap pengaturan transkrip wawancara, observasi, studi dokumenter, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti berkaitan dengan data yang telah dikumpulkan, sehingga temuan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain.³³

³² Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah* (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2010), 153.

³³ Ferdiansyah, *Dasar Penelitian Kualitatif* (Bogor: Herya Media, 2015), 60.

Fungsi dari analisis data yaitu sebagai bahan masukan dalam mengambil keputusan, perencanaan, dan penyusunan laporan. Oleh sebab itu, dalam analisis data, sangat penting untuk melakukan proses reduksi dan *display* data, sehingga dapat diketahui keadaan fenomena yang terjadi sesungguhnya, untuk mencari jawaban terhadap fokus penelitian.

Kegiatan pada analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga datanya jenuh. Lebih lanjut, Miles dan Huberman mengemukakan aktivitas tersebut sebagai berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses merangkum dan memilih hal-hal yang pokok, serta fokus terhadap hal-hal yang penting untuk dicari tema dan polanya dan membuang yang hal-hal tidak begitu dibutuhkan. Dengan proses tersebut, data yang telah direduksi dapat memberikan pandangan yang lebih jelas dan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data selanjutnya.

Dalam proses reduksi data, peneliti dipandu oleh suatu tujuan yang akan dicapai. Oleh sebab itu, peneliti memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan rumusan masalah penelitian, yaitu mengenai efektivitas penerapan *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, tabel, gambar, dan sejenisnya. Dengan penyajian data, peneliti dapat lebih

mudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Peneliti selalu menguji temuan apapun ketika mulai memasuki lapangan, baik temuan yang masih bersifat hipotetik tadi berkembang atau tidak.

Ketika peneliti telah memasuki lapangan cukup lama, dan ternyata hipotesis yang dirumuskan selalu didukung oleh fakta yang ada di lapangan, maka hipotesis tersebut terbukti dan akan berkembang menjadi *grounded theory*. *Grounded theory* merupakan teori yang ditemukan secara induktif, berdasarkan pada data-data yang ditemukan di lapangan yang selanjutnya diuji melalui pengumpulan data secara terus-menerus. Pada penelitian ini, peneliti menyajikan data mengenai efektivitas *digital fundraising* melalui platform *indonesiadermawan.id*.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Kesimpulan awal yang dikemukakan merupakan kesimpulan sementara, dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat sebagai pendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun apabila kesimpulan yang dikemukakan di awal didukung oleh bukti-bukti yang kuat dan konsisten, maka kesimpulan yang dikemukakan di awal merupakan kesimpulan yang kredibel.³⁴

³⁴ Ibid, 69.

Verifikasi pada penelitian ini yaitu dengan menjabarkan hasil penelitian berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi yang berkaitan dengan penerapan *digital fundraising* melalui platform *indonesiadermawan.id*.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data didasarkan pada kriteria tertentu, yaitu atas dasar kepercayaan (kredibilitas), ketergantungan, dan kepastian (hasil temuan benar-benar berasal dari data, dan tidak menyatakan pengetahuan pribadi peneliti dalam konseptualisasi). Hal ini disebutkan beberapa teknik pengecekan keabsahan data oleh Moleong, sebagaimana dikutip oleh Ahmad Rijali, yaitu: keikutsertaan peneliti di lapangan; ketekunan pengamatan; triangulasi; pemeriksaan sejawat melalui diskusi; analisis kasus negatif; kecukupan referensial; pengecekan anggota, baik secara formal maupun informal; uraian rinci; dan auditing.³⁵ Peneliti menggunakan tiga teknik pengecekan data dalam penelitian ini, yaitu:

a. Keabsahan data

Keabsahan data merupakan keikutsertaan peneliti dalam aktivitas pengamatan untuk menentukan proses penelitian yang terutama dalam pengumpulan data.³⁶ Peneliti akan mengamati,

³⁵ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah*, Volume 17, Nomor 33, (2018), 87.

³⁶ Dyah Ayu Habsyari, "Efektivitas Pemberdayaan Dana Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) untuk Meningkatkan Ekonomi Mustahik di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Madiun," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 36.

melihat, dan memahami kinerja *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id.

b. Ketekunan pengamatan

Peneliti mempelajari situasi, memahami, dan menjelaskan objek sehingga dapat menjadi sebuah data penelitian. Teknik ini digunakan untuk menghindari kesalahan pemahaman penafsiran dan untuk memastikan kebenaran dan kesesuaian setiap data yang diperoleh dengan apa yang diamati selama penelitian.³⁷

c. Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik pengecekan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data pokok sebagai pembanding terhadap data pokok. Triangulasi digunakan sebagai proses pemantapan derajat kepercayaan (kredibilitas/validitas) dan konsistensi data, serta sebagai alat bantu analisis data di lapangan. Dalam teknik triangulasi, peneliti tidak hanya menggunakan pemahaman pribadi tanpa melakukan pemeriksaan kembali penelitian.³⁸

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian terdiri dari 5 bab. Dalam setiap bab terdapat beberapa sub bab yang menjadi pembahasan penelitian. Sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

³⁷ Ibid, 37.

³⁸ Ibid.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi penyampaian mengenai latar belakang masalah yang menjelaskan tentang alasan memilih efektifitas *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id sebagai judul penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORI TENTANG EFEKTIVITAS FUNDRAISING

Bab ini berisi tentang kajian teori yang memuat teori efektifitas *fundraising*. Teori-teori tersebut selanjutnya akan digunakan sebagai acuan untuk menganalisis efektifitas *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id.

BAB III : HASIL PENELITIAN EFEKTIVITAS DIGITAL FUNDRAISING MELALUI PLATFORM INDONESIADERMAWAN.ID

Bab ini berisi paparan data hasil penelitian, yang terdiri dari data inti dan data pendukung yang berkaitan dengan *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo. Data inti adalah data yang ditanyakan pada rumusan masalah, yang memuat penjelasan mengenai latarbelakang penggunaan platform indonesiadermawan.id, mekanisme penerapan *digital fundraising* melalui platform

indonesiadermawan.id, dan faktor pendukung serta penghambat penerapan *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id. Sedangkan data pendukung adalah data selain data inti, yang memuat data mengenai gambaran umum Aksi Cepat Tanggap Ponorogo.

BAB IV : ANALISIS EFEKTIVITAS *DIGITAL FUNDRAISING* MELALUI PLATFORM INDONESIADERMAWAN.ID

Dalam bab ini menganalisis efektivitas hal-hal yang melatarbelakangi penggunaan platform Indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo, efektivitas mekanisme penerapan *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo, serta efektivitas terhadap faktor pendukung dan penghambat penerapan *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai efektivitas *digital fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id, dan saran untuk pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

P O N O R O G O

BAB II

TEORI EFEKTIVITAS *FUNDRAISING*

A. Pengertian Efektivitas

Kunci utama dari pengertian efektivitas adalah kata “efektif”, karena keberhasilan pemimpin dan organisasi diukur dengan konsep efektivitas itu sendiri. Bagi seorang ahli ekonomi atau analis keuangan, efektivitas organisasi merupakan laba atau keuntungan. Bagi manajer produksi, efektivitas merupakan kuantitas atau kualitas *output* barang atau jasa. Bagi seorang ilmuwan bidang riset, efektivitas berarti penemuan atau produk baru suatu organisasi. Dan bagi sejumlah sarjana ilmu sosial, efektivitas sering ditinjau dari sudut kualitas kehidupan pekerja. Dengan demikian, efektivitas organisasi mempunyai arti yang berbeda bagi setiap orang, bergantung pada kerangka acuan yang dipakainya.¹

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas

Pada hakikatnya, pandangan seperti ini mengemukakan bahwa faktor-faktor yang menyokong keberhasilan akhir suatu organisasi dapat ditemukan dalam empat kelompok umum, yaitu:

1. Karakteristik organisasi

¹ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi (Kaidah Perilaku)*, terj. Magdalena Jamin (Jakarta: Erlangga, 2020), 1.

Karakteristik organisasi terdiri dari struktur dan teknologi organisasi. Struktur merupakan hubungan yang sifatnya relatif tetap seperti susunan sumber daya manusia di dalam organisasi. Struktur meliputi faktor-faktor seperti luasnya desentralisasi pengendalian, jumlah spesialisasi pekerjaan, cakupan perumusan interaksi antar pribadi, dan sebagainya. Sedangkan teknologi adalah mekanisme suatu organisasi untuk mengubah masukan mentah menjadi keluaran jadi.

2. Karakteristik lingkungan

Lingkungan mencakup dua aspek yang masih saling berhubungan.. Pertama, lingkungan ekstern yaitu sesuatu yang berasal dari luar organisasi dan mempengaruhi keputusan serta tindakan di dalam organisasi. Kedua, lingkungan intern yang disebut sebagai iklim organisasi, meliputi macam-macam atribut lingkungan kerja.

3. Karakteristik pekerja

Pekerja yang berlainan mempunyai pandangan, tujuan, kebutuhan dan kemampuan yang berbeda-beda. Perbedaan-perbedaan individual ini dapat mempunyai berpengaruh nyata terhadap efektivitas. Pada setiap individu pasti ditemukan banyak perbedaan, tetapi kesadaran individu tersebut sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi.

4. Karakteristik manajemen

Karakteristik manajemen yaitu strategi yang dirancang untuk mengkondisikan segala hal yang ada pada organisasi sehingga efektivitas dapat tercapai. Para manajer memainkan peran sentral dalam

keberhasilan suatu perusahaan melalui perencanaan, koordinasi, dan memperlancar kegiatan yang ditujukan ke arah sasaran.²

C. Pengukuran Efektivitas

Efektivitas pada dasarnya dipandang dari sudut pencapaian sasaran perusahaan pada tingkat yang umum. Namun, jelas bahwa dari sudut pandang kepemimpinan, pengertian yang demikian abstrak sulit diterapkan. Sebuah alternatif cara mempermudah pemahaman atas kata yang sulit ini adalah analisis berbagai cara pengoperasian efektivitas dalam berbagai studi. Efektivitas pada umumnya selalu diukur berdasarkan prestasi, produktivitas, laba dan seterusnya. Dengan demikian, hanya sedikit perhatian yang diberikan pada peranan berbagai bagian atau subunit dari sebuah organisasi dalam menentukan keberhasilan.

Dalam awal usaha mengukur efektivitas organisasi, para sosiolog dan psikolog di bidang industri selalu melihat konsep efektivitas dari sudut terpenuhinya beberapa kriteria.

1. Thorndike mengemukakan beberapa kriteria yang dipakai, yaitu produktivitas, laba bersih, penyelesaian misi, pertumbuhan serta stabilitas organisasi.
2. Campbell mengemukakan bahwa ukuran yang digunakan untuk menentukan keberhasilan organisasi terdapat sembilan belas variabel, namun yang paling menonjol yaitu keseluruhan prestasi, produktivitas,

² Ibid, 9.

kepuasan kerja pegawai, laba atau tingkat penghasilan dari penanaman modal, dan lain-lain.³

Analisis atas ukuran-ukuran unvariasi tersebut melahirkan beberapa kesimpulan. Pertama, sulit mengajukan alasan yang kuat untuk membenarkan bahwa pemakaian beberapa variabel tersebut merupakan pengukuran yang tepat bagi pengukuran efektivitas organisasi. Kedua, beberapa variabel yang digunakan untuk mengukur efektivitas menggambarkan pertimbangan nilai-nilai oleh para peneliti akan apa yang seharusnya dilakukan dan bukan ukuran kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan secara objektif.⁴

D. Pengertian Fundraising

Istilah *fundraising* umum disebut di lembaga zakat, tetapi awam di lingkungan perusahaan. Jika merujuk pada kamus, *fundraising* diterjemahkan sebagai pengumpulan uang. Keberlangungan program sangat bergantung pada kemampuan lembaga dalam mengumpulkan donasi untuk mendanainya. Kegiatan *fundraising* hampir sama dengan *marketing*, perbedaannya adalah pada sesuatu yang dijual. Umumnya *marketing* menjual produk berupa barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan calon konsumen. Sedangkan *fundraising* merupakan proses mempengaruhi individu, masyarakat, lembaga, perusahaan, dan sejenisnya untuk membiayai program.⁵

³ Ibid, 45.

⁴ Ibid.

⁵ Abdul Ghofur, *Tiga Kunci Fundraising: Sukses Membangun Lembaga Nirlaba* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 83.

Produk *fundraising* pada dasarnya bukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan calon konsumen, sehingga dibutuhkan energi yang lebih besar untuk mempersuasi kepada calon konsumen atau donatur. *Fundraising* merupakan teknik menyampaikan gagasan dari produk yang ditawarkan, yang lazim disebut dengan program. Ketertarikan calon konsumen atau donatur dalam mendanai program yang ditawarkan oleh *fundraiser* seringkali bukanlah karena mereka butuh, tetapi karena mereka memahami nilai yang ditawarkan oleh suatu program.⁶

Abdul Ghofur menganalogikan aktivitas *fundraising* sebagai aktivitas memanah, yang mana terdapat tiga bagian yang memiliki peranan penting, yaitu busur, anak panah, dan pemanah. Busur merupakan pondasi yang harus kuat untuk memanah. Dalam konteks *fundraising*, ia adalah motivasi diri untuk mencintai profesi *fundraiser*. Kemudian anak panah adalah peluru atau kemampuan *fundraiser* memahami lembaga dan program. Dengan pemahaman tersebut, program akan lebih mudah dikomunikasikan. Sedangkan pemanah harus memiliki kepekaan terhadap donatur dan penerima manfaat sehingga anak panah dapat melesat sesuai sasaran.⁷

⁶ Ibid, 84.

⁷ Ibid, 85.

BAB III

HASIL PENELITIAN EFEKTIVITAS *DIGITAL FUNDRAISING*

MELALUI PLATFORM INDONESIADERMAWAN.ID

A. Gambaran Umum Platform Indonesiadermawan.id

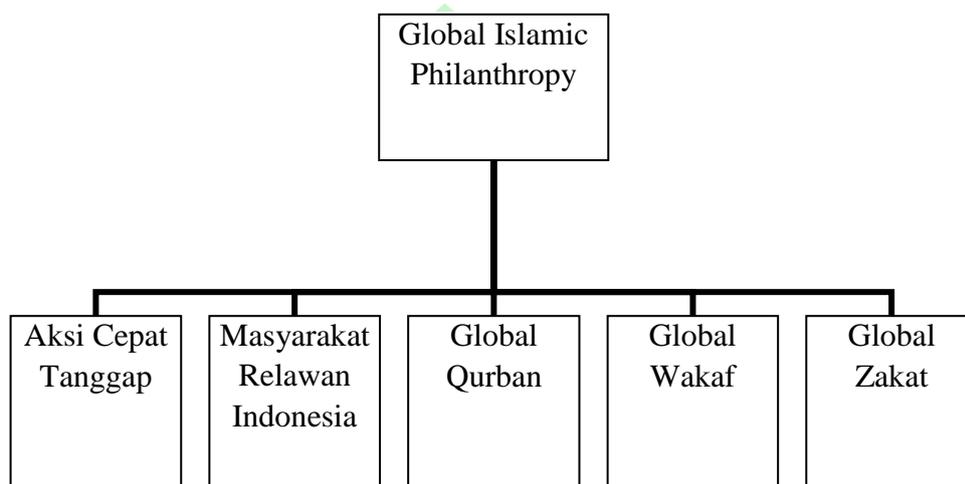
1. Profil dan Sejarah

Indonesiadermawan.id merupakan platform donasi online untuk berbagi kebaikan melalui kemudahan sedekah, zakat, wakaf, qurban. Kepemilikan platform ini adalah sepenuhnya oleh Yayasan Aksi Cepat Tanggap. Donasi yang diselenggarakan melalui platform ini, manfaatnya tidak hanya untuk masyarakat Indonesia, tetapi ada pula terdapat juga penerima manfaat dari negara lain yang dilanda krisis kemanusiaan, seperti Palestina. Aksi Cepat Tanggap sendiri merupakan organisasi nirlaba yang bergerak di bidang sosial dan kemanusiaan. Lembaga ini pertama kali bergerak pada Desember 2004 ketika terjadi bencana tsunami di Aceh. Saat itu, Aksi Cepat Tanggap berperan dalam proses evakuasi korban bencana.¹ Kantor pusat Aksi Cepat Tanggap terletak di Menara 165, lantai 15, Jl. TB. Simatupang Kav. 1 Cilandak Timur, Jakarta Selatan. Kantor cabang Aksi Cepat Tanggap Ponorogo berdiri pada 25 Maret 2021 dan terletak di Jl. Soekarno Hatta No. 222, Banyudono, Ponorogo.

Aksi Cepat Tanggap merupakan salah satu sub unit dari induk organisasi yang disebut GIP (*Global Islamic Philanthropy*), yang juga

¹ Dian Adi Wibowo, *Wawancara*, 18 Januari 2022.

menaungi beberapa sub unit lain.² Gambaran secara umum struktur organisasi GIP tergambar dalam gambar 3.1 sebagai berikut:



Gambar 3.1
Struktur Organisasi *Global Islamic Philanthropy*

Perbedaan sub unit dalam GIP tersebut akan diuraikan pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Perbedaan Sub Unit Organisasi dalam GIP

Sub Unit Organisasi	Definisi Organisasi	Peran
Aksi Cepat Tanggap	Aksi Cepat Tanggap merupakan organisasi nirlaba yang bergerak di bidang sosial dan kemanusiaan.	Menjalankan program-program kemanusiaan dan turut serta dalam penanggulangan bencana, hingga pemulihan pasca bencana.
Masyarakat	Masyarakat Relawan	Membersamai ACT

² Ibid.

Relawan Indonesia	Indonesia merupakan organisasi yang didalamnya tergabung para relawan yang melakukan kerjasama dengan berbagai pihak untuk membela kepentingan dan hak-hak masyarakat dengan berorientasi pada pembangunan masyarakat sipil yang kuat. ³	dam menjalankan program-programnya, dan juga menjalankan program secara independen dengan berbasis sosial dan kebencanaan.
Global Qurban	Global Qurban merupakan program qurban yang dilakukan oleh salah satu unit yang telah berdiri sejak tahun 2005. ⁴	Menjalankan program qurban dan menyalurkan ke daerah-daerah yang masih jarang melaksanakan qurban pada hari raya Idul Adha.
Global Wakaf	Global Wakaf merupakan institusi pengelola wakaf yang mengelola secara profesional, amanah, berjangkauan luas, tidak hanya di wilayah nasional, tetapi juga internasional, demi membangun kesejahteraan masyarakat yang berhak menerimanya melalui program-program yang terutama bersifat produktif. ⁵	Global Wakaf tidak hanya menghimpun wakaf dari para wakif, tetapi juga membangun sistem edukasi dan tata kelola wakaf yang lebih kreatif.

³ Masyarakat Relawan Indonesia, "Tentang MRI," dalam <https://relawan.id/tentang-kami/>, (diakses pada tanggal 19 Februari 2022, jam 21.45 WIB).

⁴ Global Qurban, "Tentang Kami," dalam <https://www.globalqurban.com/tentang-kami>, (diakses pada tanggal 19 Februari 2022, jam 22.03 WIB).

⁵ Global Wakaf, "Global Wakaf (GW), Pengelola Wakaf Berperspektif Kemanusiaan," dalam https://www.globalwakaf.com/id/tentang_kami, (diakses pada tanggal 19 Februari 2022, jam 22.17 WIB).

Global Zakat	Global Zakat merupakan sebuah lembaga amil zakat nasional yang berfokus pada pengelolaan zakat dari masyarakat dan dijalankan secara profesional, amanah, berjangkauan luas demi membangun kesejahteraan masyarakat yang berhak menerimanya melalui program-program sosial, keagamaan, dan kemanusiaan. ⁶	Menghimpun dana zakat dari para <i>muzakki</i> , untuk selanjutnya disalurkan kepada para <i>mustahik</i> , dengan jangkauan yang lebih luas.
--------------	--	---

Secara umum, Aksi Cepat Tanggap resmi diluncurkan secara hukum pada tanggal 21 April 2005, sebagai yayasan yang bergerak di bidang sosial dan kemanusiaan. Aksi Cepat Tanggap mengembangkan aktivitasnya ke berbagai bidang, mulai dari kegiatan tanggap bencana hingga pemulihan pascabencana, pemberdayaan masyarakat, serta program berbasis spiritual seperti Qurban, Zakat, Infaq, Shodaqoh, dan Wakaf. Aksi Cepat Tanggap didukung oleh para donatur dari berbagai kalangan masyarakat yang memiliki kepekaan tinggi terhadap problematika kemanusiaan. Selain itu juga terdapat partisipasi perusahaan melalui program kemitraan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sebagai pertanggungjawaban atas akuntabilitas keuangannya, Aksi Cepat Tanggap secara rutin memberikan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit oleh

⁶ Global Zakat, "Tentang Kami," dalam <https://www.globalzakat.id/tentang/faq>, (diakses pada tanggal 19 Februari 2022, jam 22.25 WIB).

Kantor Akuntan Publik kepada para donatur dan pemangku kepentingan lainnya, kemudian dipublikasikan melalui media massa.⁷

Sejak tahun 2012, Aksi Cepat Tanggap bertransformasi menjadi lembaga kemanusiaan global, dengan jangkauan program yang lebih luas. Pada skala lokal, Aksi Cepat Tanggap mengembangkan jaringannya ke seluruh provinsi di Indonesia, baik melalui pembentukan kantor cabang maupun relawan dalam wadah MRI (Masyarakat Relawan Indonesia). Sedangkan pada skala global, Aksi Cepat Tanggap mengembangkan jaringannya dengan menyiapkan kantor cabang di luar negeri yang terdapat di 22 negara di kawasan Asia Tenggara, Asia Selatan, Indocina, Timur Tengah, Afrika, Eropa Timur. Jangkauan program Aksi Cepat Tanggap dalam skala global diawali dengan keikutsertaan dalam setiap problematika kemanusiaan di berbagai wilayah seperti bencana alam, kelaparan dan kekeringan, konflik dan peperangan, serta penindasan terhadap kelompok minoritas berbagai negara.⁸

Platform indonesiadermawan.id sendiri diluncurkan pada tahun 2019, yang bertujuan untuk memudahkan para donatur dalam menyalurkan donasinya melalui platform digital. Donatur dapat memilih ingin berdonasi pada program apa saja. Banyak info yang ditampilkan pada platform indonesiadermawan.id, seperti target dana, jumlah donatur dan perolehan donasi, hingga proses implementasi kepada penerima manfaat. Meskipun

⁷ Aksi Cepat Tanggap, "Sejarah," dalam <https://act.id/tentang/sejarah>, (diakses pada tanggal 15 Januari 2022, jam 09.50 WIB)

⁸ Ibid.

platform indonesiadermawan.id berada dibawah naungan Aksi Cepat Tanggap, namun didalam platform tersebut dengan Global Zakat, Global Qurban, dan Global Wakaf. Oleh sebab itu, bukan hanya terdapat pilihan sedekah, tetapi juga zakat, qurban, dan wakaf.

2. Visi dan Misi Aksi Cepat Tanggap

Visi:

Menjadi organisasi kemanusiaan global profesional berbasis kedermawanan dan kerelawanan masyarakat global untuk mewujudkan peradaban dunia yang lebih baik.

Misi:

- a. Mengorganisir dan mengelola berbagai persoalan kemanusiaan secara terencana, terkonsep, terintegrasi, dan berkesinambungan sehingga menjadi formula ideal dalam mengatasi berbagai problem kemanusiaan baik dalam skala lokal, nasional, regional, maupun global.
- b. Mengorganisir dan mengelola segala potensi kedermawanan masyarakat global sebagai modal sosial untuk mengatasi berbagai problem kemanusiaan baik dalam skala lokal, nasional, regional, maupun global.

PONOROGO

- c. Mengorganisir dan mengelola segala potensi kerelawanan global sebagai modal sosial untuk mengatasi berbagai problem kemanusiaan baik dalam skala lokal, nasional, regional, maupun global.⁹

3. Struktur Organisasi Aksi Cepat Tanggap Ponorogo

<i>Branch Manager</i>	: Dian Adi Wibowo
<i>Customer Relation Officer</i>	: Nadia Leonita Alfiyani
<i>Marketing Communication</i>	: Rohmaan Arifin
<i>Program Implementation</i>	: Megawati Nasehatul Aminati
<i>Partnership/ Fundraising</i>	: Amiruddin

4. Program-Program Aksi Cepat Tanggap Ponorogo

Aksi Cepat Tanggap Ponorogo memiliki berbagai macam program. Dalam pelaksanaan program-program inilah ACT melakukan *fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id.

a. Gerakan Sedekah Pangan Nasional

Program gerakan sedekah pangan nasional merupakan salah satu bentuk bantuan kepada masyarakat berupa beras dan air minum wakaf. ACT Ponorogo mendistribusikannya kepada orang-orang yang membutuhkan yang berasal dari kalangan prasejahtera, sebagai bentuk dukungan terhadap kebutuhan pangan yang terkadang masih sulit dipenuhi sehari-harinya. Beras dan air minum wakaf juga disalurkan ke

⁹ Aksi Cepat Tanggap, “Visi Misi,” dalam https://act.id/tentang/visi_misi, (diakses pada tanggal 15 Januari 2022, jam 10.28 WIB).

pesantren-pesantren kecil, panti asuhan, dan panti jompo di Ponorogo yang masih kurang mendapatkan perhatian dari masyarakat.

b. Operasi Makan Gratis

Operasi makan gratis merupakan program ACT Ponorogo berupa pembagian nasi kotak dan air minum wakaf kepada para pekerja harian, seperti tukang becak, pekerja tempat pembuangan akhir, tukang parkir, dan pedagang-pedagang kecil yang menjajakan dagangannya dengan berjalan kaki atau naik sepeda.

c. Operasi Pangan Murah

Program operasi pangan murah dijalankan ACT sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat yang kesulitan untuk membeli bahan makanan pokok, terutama akibat dampak dari pandemi *covid-19*. Bentuk dari operasi pangan murah yaitu penjualan bahan makanan pokok dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar, namun tetap memiliki kualitas yang baik.

d. Sumur Wakaf

Sumur wakaf merupakan program pengelolaan dana wakaf untuk pembangunan sumur beserta kelengkapannya sehingga dapat mengalirkan air yang layak dikonsumsi dan mampu menopang kehidupan masyarakat. Penerima manfaat dari sumur wakaf adalah desa atau dusun yang mengalami kekeringan terutama pada musim kemarau.

e. Peduli Bencana

Program peduli bencana dilakukan dengan melakukan galang donasi secara *offline* dan *online*. Kegiatan *offline* dilakukan di titik padat perempatan pusat kota Ponorogo dan pada acara *car free day*. Penggalangan donasi secara *online* dilakukan melalui media Instagram, Whatsapp, dan platform indonesiadermawan.id. Selain itu, ACT juga mengirimkan staf dan relawan yang tergabung dalam MRI Ponorogo untuk terjun ke lokasi bencana, untuk membantu korban dan penyintas, serta mendistribusikan bantuan.

f. *Humanity Food Truck*

Program *humanity food truck* merupakan layanan makan gratis menggunakan truk berbentuk kontainer sebagai sarana produksi dan distribusi makanan siap santap dengan kapasitas mencapai 1000 porsi. *Humanity food truck* dapat dinikmati oleh siapa saja, tidak harus berasal dari kalangan prasejahtera.

g. Sahabat Keluarga Prasejahtera Indonesia (SKPI)

Program SKPI dilakukan dengan menggalang donasi secara *online*. Sebelum menggalang donasi, staf dan relawan ACT-MRI terlebih dahulu survei lokasi dan kondisi calon penerima manfaat, merancang RAB, lalu melakukan penggalangan dana. Setelah dana terkumpul, donasi disalurkan kepada penerima manfaat, kemudian tim ACT akan memantau perkembangan kondisi penerima manfaat.

h. *Roadshow* Syekh Palestina

Bentuk dari program safari syekh Palestina adalah dengan mengundang syekh atau ulama dari Palestina. Ulama Palestina akan menjadi imam sholat berjamaah dilanjutkan dengan ceramah di masjid-masjid Ponorogo.

B. Latar Belakang Penggunaan Platform Indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo

Platform indonesiadermawan.id merupakan sebuah kanal *crowdfunding* milik yayasan Aksi Cepat Tanggap yang digunakan untuk kegiatan penghimpunan dana infaq dan sedekah. Menurut Hossain & Opparaocha, seperti yang dikutip oleh Barthelemy dan Irwansyah, definisi *crowdfunding* yakni metode pendanaan berbasis internet untuk merealisasikan suatu inisiatif melalui kontribusi yang didistribusikan secara online dengan didanai sejumlah uang oleh sekelompok orang dalam jangka waktu yang dibatasi.¹⁰ Seiring dengan berekmebangnya zaman, berkembang pula berbagai macam kanal *crowdfunding* yang ada di dunia digital, seperti Kitabisa.com, indonesiadermawan.id, ayoinfaq.com, donasionline.id, dan masih banyak lagi.

Saat ini ACT menggunakan dua platform untuk kegiatan *fundraising*, yaitu Kitabisa.com dan indonesiadermawan.id. sebagaimana yang

¹⁰ Ferdiza Barthelemy & Irwansyah, "Strategi Komunikasi Crowdfunding melalui Media Sosial Crowdfunding Communication Strategy through Social Media," *Jurnal Iptek Kominfo*, Volume 21, Nomor 2, (2019), 156.

disampaikan oleh Branch Manager ACT Ponorogo, Bapak Dian Adi Wibowo sebagai berikut:

“Memang awal-awal sebelum berdiri *indonesiadermawan*, kita banyak menggandeng *Kitabisa.com*, untuk mengajak masyarakat terutama masyarakat yang sudah melek akan informasi *online*, kita mengajak *kitabisa.com*. Itu awal berdirinya ACT kita menggunakan *Kitabisa.com* sampai beberapa tahun yang lalu. Dan *Alhamdulillah*, seiring majunya teknologi terutama *crowdfunding*, akhirnya kita mencoba untuk bikin sendiri, namanya *indonesiadermawan.id*. Dan *Alhamdulillah* *indonesiadermawan.id* yang kita rintis tahun kemarin sampai hari ini itu sudah dikenal banyak donatur. Dan *Alhamdulillah* kemarin ketika terjadi bencana *semeru*, itu perolehannya *Kitabisa.com* dengan *indonesiadermawan.id* lebih besar *indonesiadermawan.id*. Jadi kita pelan-pelan membangun *crowdfunding* kita. Karena kalau punya *crowdfunding* sendiri itu lebih enak, bisa kita kelola sendiri, kemudian biaya-biaya optimalisasi lebih murah kita daripada yang lain.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa, saat ini platform *indonesiadermawan.id* secara umum telah berkembang dan cukup dikenal banyak donatur. Terbukti ketika terjadi bencana, banyak donasi yang masuk melalui platform *indonesiadermawan.id*. Bahkan pada saat terjadinya bencana erupsi Gunung *Semeru* pada Desember 2021, perolehan donasi melalui platform *indonesiadermawan.id* lebih banyak dibandingkan perolehan dari platform *Kitabisa.com*.¹¹

Platform *Kitabisa.com* merupakan platform yang mana siapa pun dapat menjadi *fundraiser*, sehingga sistem *fundraising*-nya lebih bersifat umum. Namun, karena *Kitabisa.com* merupakan platform publik, biaya kampanye yang dilakukan ACT melalui platform ini sedikit lebih besar daripada biaya operasional yang diperlukan melalui kampanye pada platform *indonesiadermawan.id*.

¹¹ Dian Adi Wibowo, *Wawancara*, 18 Januari 2022.

Terdapat beberapa faktor yang melatarbelakangi penggunaan platform *indonesiadermawan.id* sebagai sarana kegiatan *fundraising* digital pada ACT. Latar belakang yang utama tentunya bertujuan untuk memudahkan masyarakat di tengah era digital yang semakin maju. Saat ini teknologi digital seperti ponsel pintar dianggap menjadi kebutuhan primer oleh mayoritas orang. Kemudahan pengoperasian dan dapat menghemat waktu menjadi alasan utama mengapa ponsel pintar menjadi kebutuhan primer manusia. ACT mengambil kesempatan ini dengan mengadakan *fundraising* melalui platform *indonesiadermawan.id*, sebab platform tersebut dapat diakses dengan mudah melalui ponsel pintar atau teknologi serupa lainnya. Selain latar belakang karena faktor yang telah disebutkan diatas, ada faktor lain yang melatarbelakangi penggunaan platform *indonesiadermawan.id* sebagai sarana *digital fundraising* oleh ACT, diantaranya:

1. Pengelolaan lebih mudah karena milik lembaga secara pribadi

Platform *indonesiadermawan.id* adalah satu-satunya platform *crowdfunding* milik Yayasan Aksi Cepat Tanggap. Platform ini hanya bisa digunakan untuk kegiatan *fundraising* pada ACT. Meski begitu, ACT tetap menggunakan platform *crowdfunding* lain yang bersifat umum, dalam artian bukan milik Yayasan Aksi Cepat Tanggap dan siapa saja dapat menjadi *fundraiser*, yaitu platform *Kitabisa.com*.¹²

Penggunaan platform *crowdfunding* lain selain milik yayasan ini tidak lain dilakukan karena *Kitabisa.com* merupakan platform dimana

¹² Ibid.

ACT mengawali kegiatan *digital fundraising*-nya. Selain itu dapat memberikan perolehan yang lebih banyak karena platform Kitabisa.com lahir lebih dulu dibandingkan *indonesiadermawan.id*, sehingga lebih dikenal oleh masyarakat umum.

2. Meminimalisir biaya operasional

Platform *indonesiadermawan.id* dijalankan oleh pihak ACT sendiri, sehingga tidak memerlukan biaya optimalisasi yang terlalu besar seperti biaya administrasi, dan lain-lain. Sedangkan ketika menggunakan platform Kitabisa.com memerlukan biaya optimalisasi lebih besar. Kitabisa.com memberlakukan biaya operasional sebesar 5% dari donasi yang telah terkumpul. Biaya administrasi tersebut hanya akan dikenakan saat donasi terkumpul. Sehingga *fundraiser* dapat menemukan jumlah potongan saat akan mencairkan dana. Akan tetapi khusus untuk kampanye zakat dan bencana alam, biaya administrasi sebesar 5% tersebut ditiadakan. Selain biaya administrasi, pada beberapa jenis donasi terdapat potongan yang dikenakan untuk admin bank atau penyedia layanan pembayaran.¹³

Sedangkan ketika menggunakan platform *indonesiadermawan.id*, yang merupakan platform pribadi milik Yayasan Aksi Cepat Tanggap, tidak memerlukan biaya admin bank dan jasa iklan. Biaya administrasi akan lebih murah karena platform tidak mengambil keuntungan. Donasi tersebut nantinya akan langsung masuk ke rekening ACT. Pihak ACT

¹³ Kita Bisa Indonesia, "Penjelasan Lengkap Tentang Biaya Administrasi 5% di Kitabisa.com," dalam https://blog.kitabisa.com/penjelasan-potongan-5-kitabisa/?utm_source=blog_kitabisa, (diakses pada 27 Februari 2021, jam 20.20 WIB).

hanya perlu membuat laporan pertanggungjawaban kepada donatur ketika donasi telah disalurkan.

Berdasarkan hasil paparan data diatas, disimpulkan bahwa faktor yang melatarbelakangi penggunaan platform *indonesiadermawan.id* pada ACT Ponorogo ada dua, yaitu pengelolaan lebih mudah karena platform *indonesiadermawan.id* merupakan platform *fundraising* satu-satunya milik Yayasan Aksi Cepat Tanggap dan dipakai secara pribadi, dan biaya operasional lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan platform umum seperti *Kitabisa.com*.

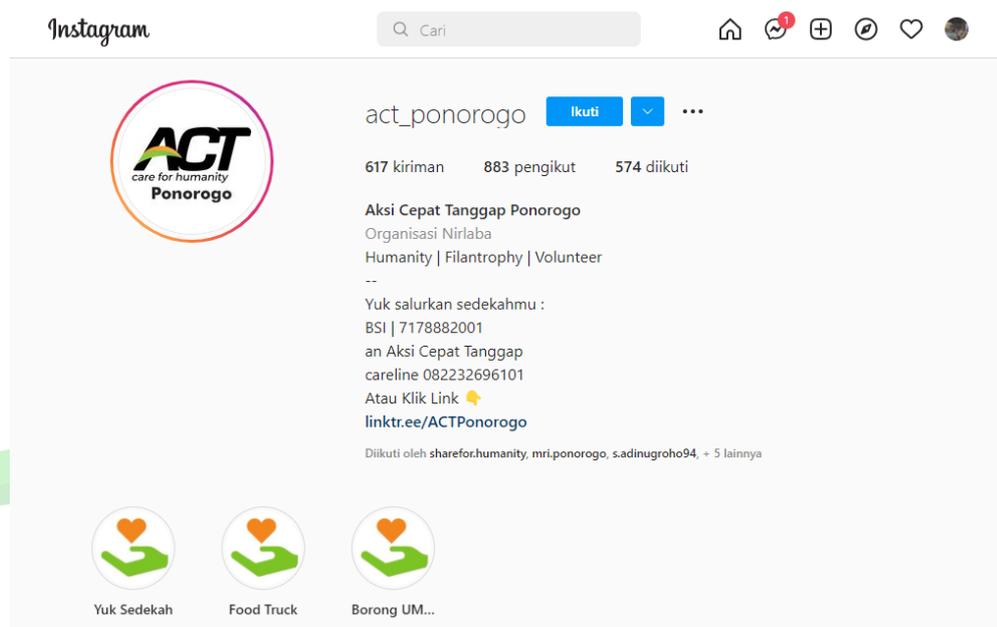
C. Efektivitas Mekanisme Penerapan *Digital Fundraising* melalui Platform *Indonesiadermawan.id*

Berdasarkan penjelasan Ade Nur Rohim, yang mengutip pendapat Bruce, menuliskan bahwa *digital fundraising* bermakna kegiatan menghimpun dana yang memanfaatkan media digital.¹⁴ Media digital yang digunakan dalam hal ini diantaranya *website* dan *email*. Hampir seluruh lembaga filantropi saat ini telah menggunakan media tersebut untuk kegiatan *digital fundraising*. Kelebihan menggunakan platform digital sebagai penunjang kegiatan *fundraising* salah satunya adalah dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Selain itu sebagian besar platform *digital fundraising* telah menyediakan informasi yang cukup rinci terkait dengan penerima

¹⁴ Ade Nur Rohim, "Optimalisasi Zakat Melalui Digital Fundraising," *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Volume 4, Nomor 1, (2019), 76.

manfaat donasi. Meski begitu, masih banyak pula masyarakat yang belum melek akan teknologi digital.

Di tengah banyaknya masyarakat yang masih belum paham akan kecanggihan teknologi digital, ACT Ponorogo memiliki cara tersendiri untuk mensosialisasikan indonesiadermawan.id sebagai platform *digital fundraising*. Sosialisasi dilakukan secara *online* dan *offline*. Sosialisasi secara *online* dilakukan melalui sosial media seperti Instagram, dengan *username* @act_ponorogo dan Whatsapp, melalui nomor *careline* 082232696101.¹⁵



Gambar 3.2
Profil Instagram ACT Ponorogo

Pada halaman profil Instagram @act_ponorogo tertera nama lembaga; fokus organisasi, yaitu *humanity* (kemanusiaan), *filantrophy* (filantropi), dan *volunteer* (kerelawanan); rekening donasi; nomor layanan; dan link indonesiadermawan.id.

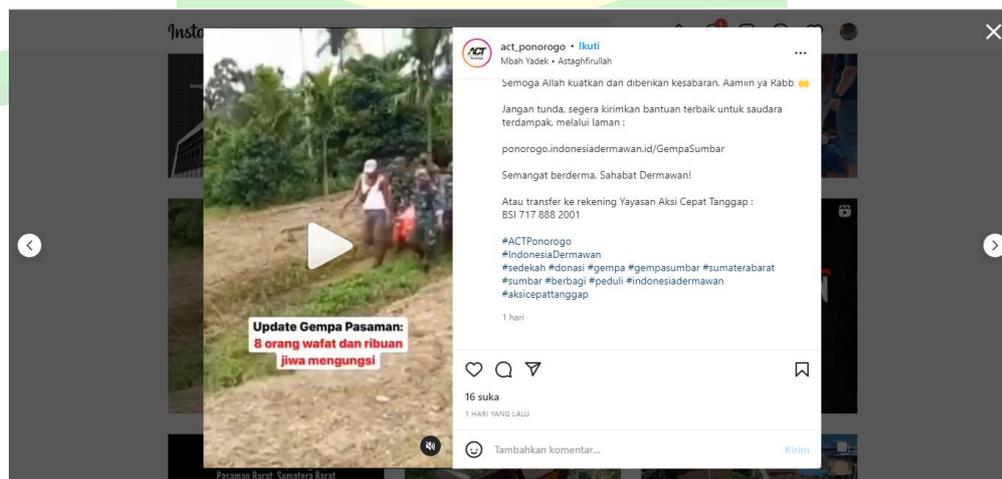
¹⁵ Dian Adi Wibowo, *Wawancara*, 18 Januari 2022.



Gambar 3.3

Postingan ACT Ponorogo untuk Donasi Kemanusiaan

Pada setiap postingan yang berisi penggalangan dana, ACT Ponorogo selalu menyelipkan link *website* indonesiadermawan.id untuk mengarahkan publik agar berdonasi melalui platform tersebut. Seperti pada gambar 3.3 tercantum link donasi melalui indonesiadermawan.id pada akhir *caption*, yaitu ponorogo.indonesiadermawan.id/BantuPakSarkun.

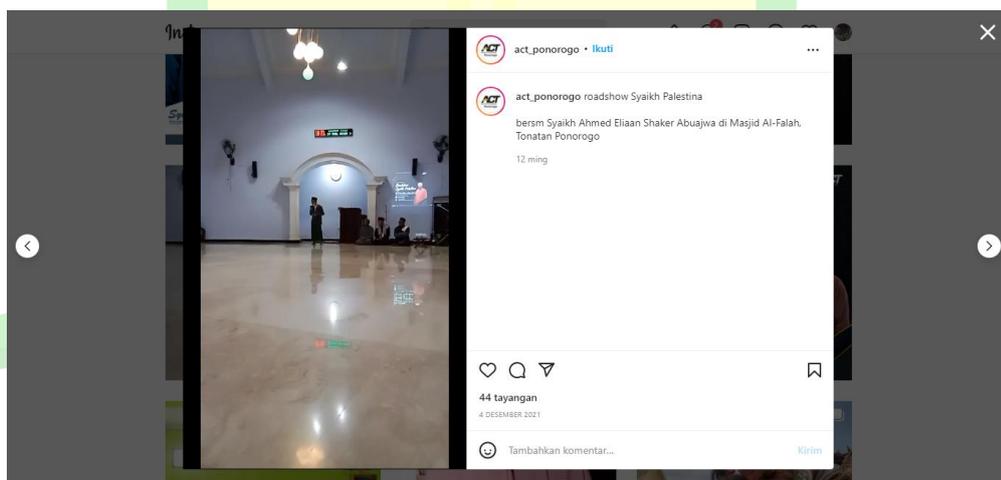


Gambar 3.4

Postingan ACT Ponorogo untuk Donasi Kebencanaan

Pada gambar 3.4 tercantum link donasi melalui indonesiadermawan.id dan juga rekening donasi pada akhir *caption*. Donatur dapat memilih metode apa yang akan digunakan apabila ingin berdonasi.

Selain sosialisasi secara *online*, ACT juga melakukan sosialisasi secara *offline* dilakukan dengan sosialisasi kepada seluruh elemen atau mitra, yaitu mitra sekolah, masjid, komunitas, dan kampus.¹⁶ Sosialisasi mitra masjid dilakukan dengan edukasi kepada jamaah saat menyelenggarakan kegiatan seperti pengajian setelah sholat shubuh yang masuk pada program *roadshow* syeikh Palestina, seperti yang pernah dilakukan pada tanggal 4 Desember 2021 di Masjid Al-Falah Tonatan Ponorogo.



Gambar 3.5
Roadshow Syaikh Palestina

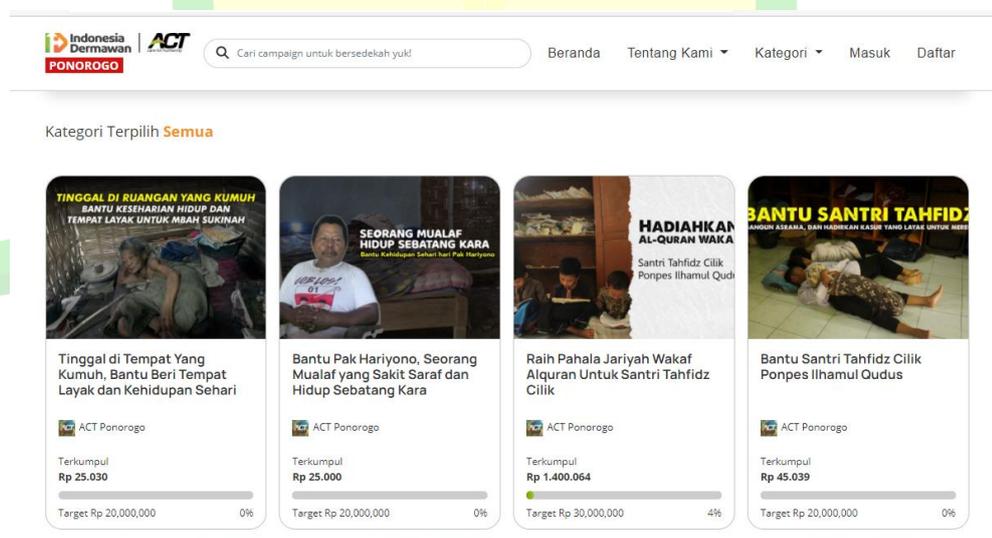
Dalam kegiatan seperti pada gambar 3.5, jamaah yang hadir sekitar 60-70 orang. Pada kegiatan tersebut syeikh dari Palestina akan menjadi imam sholat shubuh berjamaah kemudian dilanjutkan dengan ceramah. Setelah

¹⁶ Ibid.

ceramah dilakukan sedikit sosialisasi oleh staf ACT Ponorogo mengenai platform indonesiadermawan.id sebagai media donasi kepada masyarakat.¹⁷

Selain itu, sosialisasi secara *offline* juga dilakukan melalui baliho-baliho yang ditempatkan pada beberapa titik di jalan raya, seperti pada tikungan Jl. Niken Gandini, perempatan Jl.1 Letjend Suprpto Ponorogo, dan lain-lain. Ada pula penyebaran kotak donasi yang dititipkan di toko dan warung yang telah mendapatkan izin dari pemilik usaha, seperti Dzikrayaat, toko baju muslim Amarta, dan Hisana Fried Chicken.¹⁸

Penerapan *digital fundraising* yang dilakukan ACT Ponorogo yaitu dengan membuat kampanye donasi kemudian ditampilkan dalam menu donasi pada platform indonesiadermawan.id.



Gambar 3.6
Tampilan Platform indonesiadermawan.id

¹⁷ Megawati N. Aminati, *Wawancara*, 31 Januari 2022.

¹⁸ Ibid

Gambar 3.6 menunjukkan tampilan platform indonesiadermawan.id pada ACT Ponorogo. Dalam platform tersebut, donatur dapat memilih ingin berdonasi pada kategori apa saja. Misalnya donasi untuk kebutuhan santri di pondok pesantren, wakaf Al-Qur'an, atau orang yang sedang sakit parah dan hidup dalam kekurangan. Calon donatur dapat mengakses platform tersebut selama 24 jam melalui *Google Chrome* maupun aplikasi browser lainnya.

The screenshot displays the website interface for a charity campaign. At the top, there is a navigation bar with the logo for 'Indonesia Dermawan Ponorogo' and 'ACT'. A search bar is present with the placeholder text 'Cari campaign untuk bersedekah yuk!'. The main content area features a large image of a person lying in bed, with the text 'PAK SARKUN, 20 TAHUN DIVONIS KELUMPuhan SYARAF'. Below the image, there is a brief description of the campaign and a 'Simpan' button. To the right, the campaign title 'Bantu Pak Sarkun Sembuh, 20 Tahun Berbaring Akibat Kelumpuhan Syaraf' is displayed, along with the organization 'ACT Ponorogo' and the creation date 'Dibuat 10 Jul, 2021'. The target amount is 'Rp 4.681.146' from a total of 'Rp 40.000.000', with a progress indicator at 11%. There are 50 donors and 121 days remaining. Two buttons are visible: 'Sedekah Sekarang' and 'Jadi Fundraiser Digital'. Below the main campaign, there is a 'Kisah' section with a sub-section for 'Sedekah' and 'Implementasi Terkini'. The 'Kisah' section shows the same campaign title and an update date of '04 Feb, 2022'. A 'Rekomendasi Lainnya' section is also visible, featuring a thumbnail for 'BANTU MBAH JINEM HIDUP LAYAK'.

Gambar 3.7
Tampilan Menu Donasi Platform indonesiadermawan.id

Ketika masuk pada salah satu menu kategori donasi, donatur dapat mengakses profil lembaga, kisah atau profil penerima manfaat, target dana yang ingin dicapai, tenggat waktu donasi, jumlah donatur, jumlah dana yang terkumpul, dan kotak donasi.

Dana yang telah terkumpul melalui platform indonesiadermawan.id sepenuhnya masuk ke rekening ACT pusat yang telah dibagi untuk setiap cabangnya. Apabila ACT Ponorogo ingin mengimplementasikan program

dengan dana tersebut maka harus mengirimkan proposal pencairan dana kepada bagian keuangan di ACT kantor pusat.

Syarat pencairan dana oleh ACT kantor cabang kepada ACT kantor pusat harus memuat dua hal, yaitu:

1. Profil penerima manfaat

Proposal harus memuat profil dan keadaan penerima manfaat secara lengkap dan rinci, baik perorangan maupun kelompok. Apabila penerima manfaat adalah perorangan, profil yang harus dimuat diantaranya, identitas diri, kondisi, dan apa saja yang dibutuhkan. Untuk penerima manfaat yang merupakan kelompok, biasanya dalam satu dusun atau desa yang membutuhkan fasilitas umum, profil setidaknya memuat kondisi lingkungan di sekitar penerima manfaat, seperti jumlah warga, dan kebutuhan apa saja yang belum terpenuhi.¹⁹

2. RAB (Rencana Anggaran Biaya)

Rencana anggaran biaya yaitu perkiraan dana yang dibutuhkan dalam suatu kegiatan, dengan memperhitungkan gambaran kerja, upah, harga bahan, hingga jenis pekerjaan yang akan dikerjakan.²⁰ RAB harus disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan oleh calon penerima manfaat.

Dana yang telah diterima oleh kantor cabang, selanjutnya diimplementasikan kepada penerima manfaat. ACT berkewajiban melakukan

¹⁹ Dian Adi Wibowo, *Wawancara*, 18 Januari 2022.

²⁰ Fietri S. Sulaeman dan Ilham H. Permana, "Sistem Monitoring Penerapan Rencana Anggaran Biaya Berbasis Web," *Jurnal IKRA-ITH Teknologi*, Volume 5, Nomor 1, (2021), 26.

pengawasan terhadap proses implementasi. Apabila terdapat kelebihan dana setelah diimplementasikan sesuai dengan rincian yang tertera pada RAB, maka dana tersebut akan disalurkan untuk kebutuhan lain yang terkait dengan kelengkapan sasaran awal peruntukan donasi. Misalnya ketika implementasi pembangunan sumur wakaf, apabila terdapat kelebihan dana dapat digunakan untuk pembangunan mushola, tempat wudhu, dan lain-lain.

Meskipun pada setiap lembaga filantropi tentu membutuhkan biaya operasional, namun dana tersebut tidak langsung diambilkan dari perolehan donasi. Untuk biaya operasional, akan diberikan secara terpisah sesuai dengan kebijakan kantor pusat. Pada Aksi Cepat Tanggap, baik pusat maupun cabang, biaya operasional akan diberikan setiap awal bulan. Apabila dana yang diberikan tidak terpakai oleh kantor cabang atau terdapat sisa setelah mencapai batas penggunaannya hingga akhir bulan, maka dana tersebut akan dikembalikan kepada bagian keuangan di ACT kantor pusat. Dalam penggunaan biaya operasional, ACT kantor cabang juga harus membuat laporan pertanggungjawaban penggunaan dana.²¹

Berdasarkan paparan data yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa mekanisme penerapan digital fundraising melalui platform indonesiadermawan.id dapat dikatakan efektif jika dilihat dari segi pengelolaan. Dibuktikan dengan tampilan menu pada platform yang cukup rinci dan sistematis, sosialisasi melalui media sosial Instagram yang

²¹ Megawati N. Aminati, *Wawancara*, 31 Januari 2022.

mencantumkan link donasi di postingan-postingannya, dan dokumentasi penyaluran donasi sebagai tanggungjawab kepada donatur.

D. Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan *Digital Fundraising* melalui Platform Indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo

Setiap platform *digital fundraising* pasti memiliki faktor pendukung dan penghambat, begitu pula penggunaan platform indonesiadermawan.id oleh Aksi Cepat Tanggap. Kelebihan yang paling menonjol dalam penggunaan platform tersebut oleh Aksi Cepat Tanggap adalah fakta bahwa indonesiadermawan.id merupakan platform milik Yayasan Aksi Cepat Tanggap. Hal ini tentu menjadi identitas atau *branding* dari seluruh sub organisasi Aksi Cepat Tanggap.

1. Faktor Pendukung

a. Platform milik pribadi

Indonesiadermawan.id adalah platform *fundraising* milik Yayasan Aksi Cepat Tanggap yang hanya dapat digunakan oleh ACT kantor pusat maupun cabang. Hal ini menjadi salah satu kelebihan platform indonesiadermawan.id, sebab data-data dan kampanye yang tersedia dalam platform lebih terstruktur dibandingkan dengan platform yang digunakan oleh publik. Meskipun dalam platform indonesiadermawan.id terdapat banyak cabang ACT yang

menggunakannya, namun keseluruhannya masih dibawah satu yayasan, yaitu Yayasan Aksi Cepat Tanggap. Selain itu, dalam platform indonesiadermawan.id donasi akan langsung masuk ke rekening ACT.

b. Biaya operasional lebih murah

Biaya operasional yang diperlukan ACT dalam menggunakan platform indonesiadermawan.id lebih murah daripada menggunakan platform *fundraising* yang lain. Dengan menggunakan platform milik pribadi, maka tidak perlu membayar biaya administrasi atau jasa yang lainnya.²² Sedangkan jika menggunakan platform *crowdfunding* lain memakan biaya yang lebih banyak, yang akan dipotong dari total perolehan donasi.

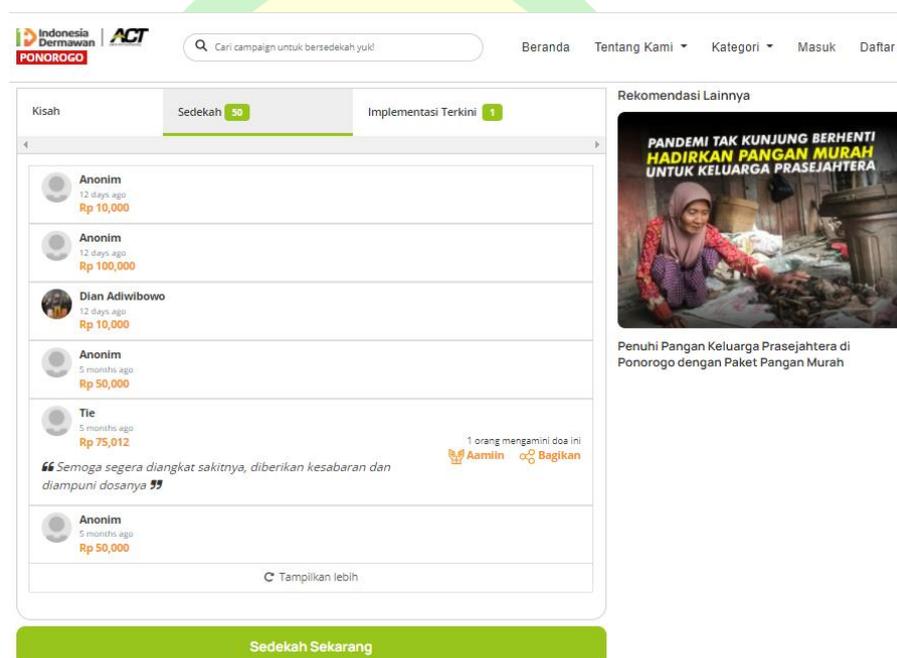
c. Dapat diakses selama 24 jam

Platform indonesiadermawan.id dapat diakses melalui mesin pencari seperti *Google*. Dengan kemajuan teknologi saat ini, setiap *smartphone* dapat mengakses *Google* asalkan terdapat jaringan internet yang memadai. Oleh sebab itu, platform indonesiadermawan.id dapat diakses kapan pun dan dimana pun tanpa harus menunggu respon seperti ketika menghubungi layanan pelanggan.

d. Informasi yang rinci dalam platform

²² Dian Adi Wibowo, *Wawancara*, 18 Januari 2022.

Berdasarkan pengalaman salah satu donatur, mengaku puas dengan platform indonesiadermawan.id. Sejalan dengan pendapatnya yang menyatakan bahwa “Platformnya memiliki tampilan yg menarik dan efisien. Lebih memudahkan untuk berdonasi tanpa harus ke lembaga langsung.”²³



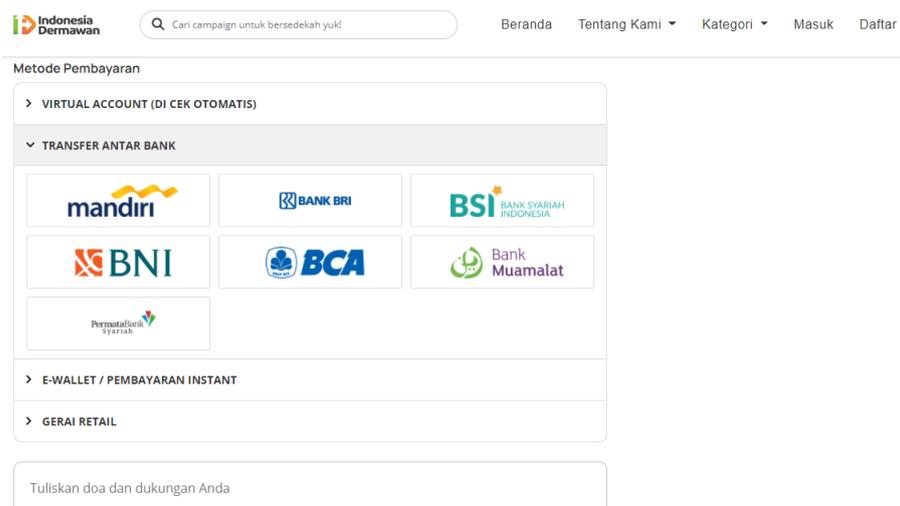
Gambar 3.8
Menu Sedekah pada Platform indonesiadermawan.id

Informasi yang ditampilkan dalam platform indonesiadermawan.id cukup rinci, yaitu terkait dengan profil dan kisah atau profil penerima manfaat, jumlah donasi terkumpul dan tenggat waktu donasi, hingga proses implementasi. Donatur juga dapat melihat berapa jumlah orang yang berdonasi serta nominalnya.

- e. Transfer ke berbagai bank dan *e-wallet*

²³ Risma, *Wawancara*, 18 Maret 2022.

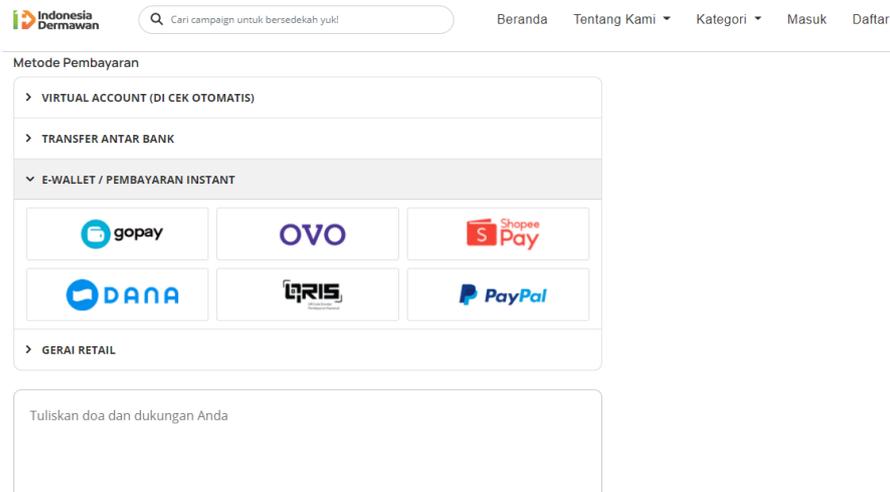
Banyaknya pilihan bank pada platform indonesiadermawan.id ini dilakukan karena apabila donatur memilih untuk langsung transfer donasi tanpa melalui platform, hanya tersedia dua pilihan bank, yaitu Bank Syariah Indonesia dan Bank Muamalat.²⁴



Gambar 3.9
Pilihan Transfer Bank pada indonesiadermawan.id

Selain menyediakan beberapa pilihan bank, ACT juga memberikan kemudahan lain dalam pembayaran melalui platform indonesiadermawan.id. Donatur dapat memilih metode pembayaran melalui Alfamart. Donatur juga dapat melakukan transfer donasi melalui *e-wallet*, seperti ShopeePay, GoPay, Ovo, dan sejenisnya.

²⁴ Dian Adi Wibowo, *Wawancara*, 18 Januari 2022.



Gambar 3.10
Pilihan Pembayaran *e-wallet* pada indonesiadermawan.id

Setelah memilih metode apa yang ingin dilakukan untuk pembayaran, donatur cukup mengikuti langkah selanjutnya yang ada pada platform indonesiadermawan.id.

2. Faktor Penghambat

Meski memiliki segelintir kelebihan, platform indonesiadermawan.id juga tak luput dari beberapa kekurangan. Berdasarkan hasil wawancara kepada 17 masyarakat dari berbagai latar belakang, didapatkan hasil sebagai berikut:

Responden (Usia, Pekerjaan)	Mengetahui lembaga Aksi Cepat Tanggap Ponorogo		Mengetahui platform indonesiadermawan.id		Pernah berdonasi melalui platform indonesiadermawan.id	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Risma (22, Mahasiswa)	√		√		√	
Suto (22, Guru TPA)	√			√		√
Lutfi (20, Mahasiswa)	√		√			√

Firsty (30, Ibu rumah tangga)		√		√		√
Khalila (31, Ibu rumah tangga)	√			√		√
Kiky (23, PNS)		√		√		√
Nian (22, Freshgraduate)	√			√		√
Reza (21, Mahasiswa)	√		√			√
Olifia (25, Ibu rumah tangga)	√			√		√
Wahyu (24, Karyawan pabrik garment)		√		√		√
Sri (22, Mahasiswa)	√		√			√
Tiara (22, Estimator)	√		√			√
Rosyida (20, Mahasiswa)	√			√		√
Fuad (21, Mahasiswa)	√		√			√
Riska (22, Mahasiswa)		√		√		√
Oscar (22, Pencatat meter listrik)		√		√		√
Rahma (22, Mahasiswa)		√		√		√

Salah satu responden, yaitu Lutfi, menuturkan pendapatnya bahwa beliau belum pernah berdonasi melalui platform indonesiadermawan.id, seperti yang disampaikan:

“Saya lebih nyaman berdonasi secara langsung tanpa menggunakan transfer, contohnya kepada panti asuhan, ataupun kaum dhuafa di lingkungan sekitar. Saya belum bisa sepenuhnya percaya dengan platform digital karena terkadang donasi saya juga berkurang untuk biaya administrasi dan penyalurannya pun luas sehingga tidak bisa dirasakan oleh masyarakat di lingkungan sekitar.”²⁵

²⁵ Lutfi, *Wawancara*, 18 Maret 2022.

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa platform *indonesiadermawan.id* kurang dikenal oleh masyarakat awam. Hal ini diperkuat dengan informasi dari kepala cabang ACT Ponorogo yang mengatakan bahwa faktor penghambat *digital fundraising* melalui *indonesiadermawan.id* diantaranya, platform kurang dikenal oleh masyarakat dan juga ketersediaan internet yang belum merata.

a. Kurang dikenal oleh masyarakat awam

Keberadaan platform *indonesiadermawan.id* dapat dikatakan masih baru, yakni pada tahun 2020. Oleh sebab itu platform ini masih kurang dikenal masyarakat awam, terutama di daerah pedesaan.²⁶ Meskipun saat ini telah memasuki era Revolusi Industri 4.0, namun masih banyak masyarakat yang belum melek akan teknologi digital. Bahkan di kota-kota besar pun masih banyak masyarakat yang belum melek akan teknologi, mulai dari remaja hingga usia produktif. Jika di kota-kota besar saja masih banyak masyarakat yang gagap teknologi, apalagi di wilayah pedesaan, yang pada umumnya kehidupan masyarakat masih lekat dengan budaya tradisionalnya. Golongan yang paling mendominasi kegagapan teknologi adalah lansia. Contoh yang sangat sederhana adalah penggunaan *smartphone*, banyak usia lanjut yang belum bisa, bahkan tidak mengetahui fungsi dan cara penggunaannya.²⁷

²⁶ Dian Adi Wibowo, *Wawancara*, 18 Januari 2022.

²⁷ Fariha Tunnisa, "Masyarakat yang Gagap Teknologi di Era Revolusi Industri 4.0," dalam <https://www.kompasiana.com/farihatunnisa/5dfd9344097f365adb0f5b22/masyarakat-yang->

b. Ketersediaan jaringan internet yang belum merata

Kondisi geografis Indonesia yang merupakan negara kepulauan, berdampak pada sulitnya pemenuhan ketersediaan akses internet hingga ke daerah 3T (terdepan, terluar, tertinggal). Daerah di luar pulau Jawa menjadi wilayah terbanyak yang belum bisa menjangkau akses internet. Terdapat setidaknya 70 juta penduduk Indonesia yang belum bisa menikmati internet. Transportasi, tingkat keamanan di lokasi, dan minimnya pasokan listrik juga turut menjadi kendala terhadap problematika belum meratanya akses internet di Indonesia.²⁸

Platform indonesiadermawan.id tentu turut terdampak akibat penyebaran akses internet yang kurang merata. Dikarenakan untuk mengakses platform ini membutuhkan internet, maka calon donatur yang ingin mengakses platform ini harus berada pada wilayah dengan jaringan internet yang memadai.

Berdasarkan data yang telah diuraikan diatas, disimpulkan bahwa faktor pendukung dan penghambat penerapan digital *fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo, dipengaruhi beberapa alasan. Faktor pendukung diantaranya, platform milik yayasan dan digunakan secara pribadi; biaya operasional yang lebih

[gagap-teknologi-di-era-revolusi-industri-4-0?page=all#section1](https://www.gagap-teknologi-di-era-revolusi-industri-4-0?page=all#section1), (diakses pada tanggal 1 Maret 2022, jam 08.05 WIB).

²⁸ Budi Raharjo, “Akses Internet Dinilai Belum Merata,” dalam <https://www.republika.co.id/berita/qsfsci415/akses-internet-dinilai-belum-merata>, (diakses pada tanggal 1 Maret 2021, jam 08.45 WIB).

murah jika dibandingkan dengan platform lain; dapat diakses selama 24 jam asalkan terdapat jaringan internet yang memadai; informasi yang rinci dalam platform; dan dapat melakukan trnsfer melalui berbagai bank, *e-wallet*, dan gerai Alfamart. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu kurang dikenal oleh masyarakat dan ketersediaan jaringan internet yang belum merata, terutama di daerah pelosok.



BAB IV

**ANALISIS EFEKTIVITAS DIGITAL FUNDRAISING MELALUI
PLATFORM INDONESIADERMAWAN.ID**

A. Analisis Efektivitas Hal-Hal yang Melatarbelakangi Penggunaan Platform Indonesiadermawan.id pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo

Setiap program yang dijalankan oleh lembaga filantropi pasti memiliki motif atau latar belakang dan juga sasaran yang ingin dicapai. Misalnya saja program santunan anak yatim, program tersebut memiliki beberapa motif. Jika dilihat dari segi agama, tidak lain adalah untuk menghayati peran Muslim sebagai hamba Allah. Rasulullah telah mencontohkan kepada umat Islam untuk merawat, menyantuni, dan mengasihi anak yatim. Barang siapa yang melakukan amalan dengan menyantuni anak yatim maka kelak dapat menemani Rasulullah SAW di surga.¹

Jika dilihat dari segi sosial, motif dari program santunan anak yatim adalah untuk membantu sesama manusia. Dengan adanya bantuan, anak yatim yang awalnya mengalami kekurangan dapat terpenuhi kebutuhannya. Selain itu, motif dari adanya program bantuan-bantuan sosial seperti itu adalah untuk membantu masyarakat-masyarakat yang lemah dan kurang beruntung, serta memberikan pelayanan kepada mereka yang adakalanya

¹ Aghnia An'Umillah & Farid Pribadi, "Fenomena Masyarakat Desa Genukwatu dalam Menyantuni Anak Yatim," *Paradigma*, Volume 7, Nomor 3, (2019), 1.

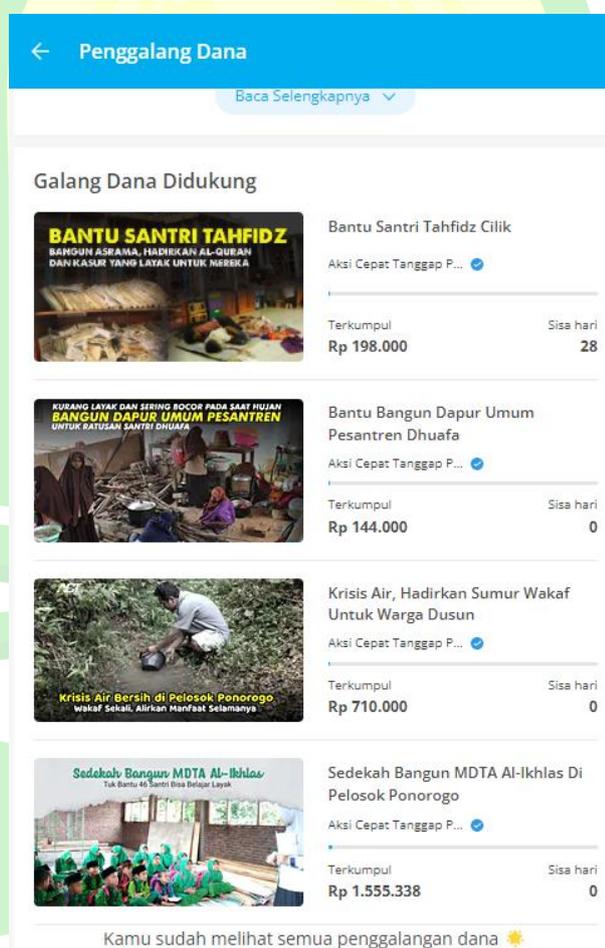
tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri.² Lembaga filantropi pun pada akhirnya dapat mencapai target yang diinginkan dari adanya program tersebut. Karena keberadaannya saja sudah merupakan bentuk pertanggungjawaban terhadap masyarakat yang membutuhkan, segala program yang dijalankan bertujuan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Begitu pula dengan kegiatan *fundraising* yang dilakukan oleh Aksi Cepat Tanggap. Ada beberapa latar belakang yang telah diungkapkan staf ACT Ponorogo. Dalam hal ini ketua cabang ACT Ponorogo, Bapak Dian Adi Wibowo, telah menyebutkan bahwa faktor yang melatarbelakangi penggunaan platform *indonesiadermawan.id* sebagai sarana *digital fundraising*. Diantara faktor tersebut adalah kepemilikan platform oleh Yayasan Aksi Cepat Tanggap, dan biaya operasional yang lebih murah dibandingkan dengan penggunaan platform *crowdfunding* selain milik Yayasan.

Kedua faktor tersebut merupakan latar belakang yang saling berkaitan. Platform *indonesiadermawan.id* dikatakan platform pribadi sebab *fundraiser* yang dapat membuat kampanye hanyalah ACT pusat dan ACT cabang. Hal inilah yang menjadi keuntungan bagi ACT, sebab dengan menggunakan platform pribadi, menu dan informasi yang tersedia dalam platform lebih sistematis dan rinci karena hanya berisi kampanye donasi yang dilaksanakan

² Nurul Hikmah, "Peran Yayasan Al-Fikr dalam Pelayanan Sosial terhadap Siswa Yatim Piatu di Desa Gembong RT 02/04 Balaraja Barat Tangerang," *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010), 24.

oleh Yayasan Aksi Cepat Tanggap. Meski begitu, ACT masih menggunakan platform *crowdfunding* Kitabisa.com, tujuannya adalah untuk memperluas lingkup donasi. Kitabisa.com adalah platform yang lebih dahulu dikenal masyarakat, sehingga popularitasnya lebih baik daripada platform *indonesiadermawan.id*. Namun ACT berusaha untuk meningkatkan popularitas platform *indonesiadermawan.id* dengan terus mensosialisasikannya agar lebih dikenal masyarakat.

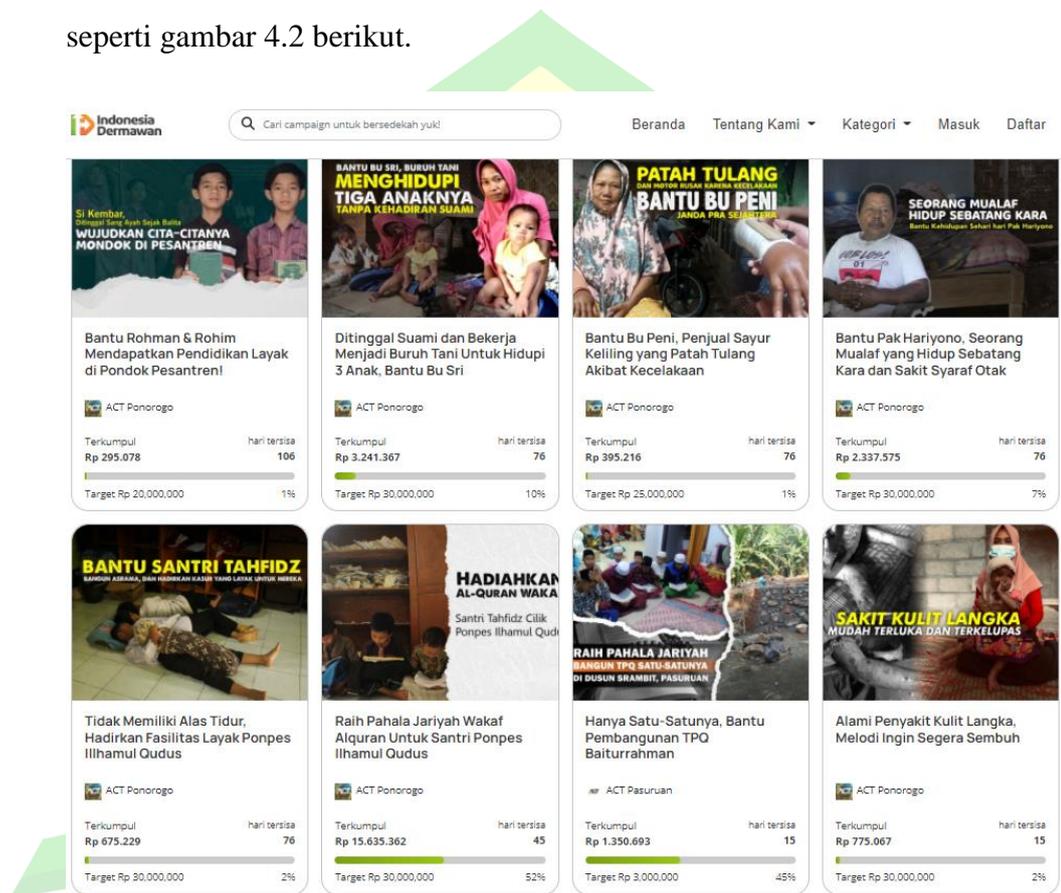


P O N O R O G O

Gambar 4.1

Fundraising ACT Ponorogo melalui Kitabisa.com

Gambar 4.1 menunjukkan perolehan donasi ACT Ponorogo dalam kampanye melalui Kitabisa.com. Perolehan tersebut terbilang lebih kecil dibandingkan dengan donasi hasil kampanye melalui indonesiadermawan.id seperti gambar 4.2 berikut.



Gambar 4.2
Fundraising ACT Ponorogo melalui indonesiadermawan.id

Perbandingan kedua platform *crowdfunding* tersebut menunjukkan adanya kampanye yang sama namun dengan perolehan donasi yang berbeda. Seperti yang ditunjukkan pada kampanye “Bantu Santri Tahfidz” untuk ponpes Ilhamul Qudus, melalui Kitabisa.com diperoleh Rp 198.000, sedangkan melalui indonesiadermawan.id diperoleh Rp 675.229. Kemudian pada kampanye “Bangun Dapur Umum Pesantren” untuk Ponpes Minhajul

Muna pada Kitabisa.com diperoleh donasi sebesar Rp 144.000, sedangkan pada indonesiadermawan.id menunjukkan perolehan sebesar Rp 2.726.241. Dengan hasil perolehan donasi pada indonesiademawan.id yang lebih besar dibandingkan melalui Kitabisa.com, menunjukkan bahwa ACT dapat meningkatkan eksistensinya terhadap platform indonesiadermawan.id.

Dengan tidak meninggalkan fakta bahwa indonesiadermawan.id merupakan platform pribadi Yayasan Aksi Cepat Tanggap, platform tersebut memberikan keuntungan lain terhadap kegiatan *digital fundraising* oleh ACT Ponorogo, yaitu penekanan biaya operasional. Sedangkan ketika menggunakan platform yang bukan milik Yayasan Aksi Cepat Tanggap, memerlukan lebih banyak biaya yang digunakan untuk biaya administrasi.

B. Analisis Efektivitas Mekanisme Penerapan Digital Fundraising melalui Platform Indonesiadermawan.id

Menurut Zaimah, sebagaimana dikutip oleh Ade Nur Rohim, menjelaskan bahwa *fundraising* merupakan kegiatan penghimpunan dana yang dilakukan oleh lembaga atau instansi penghimpun kepada masyarakat, yang mana perolehan dana tersebut akan digunakan untuk menjalankan program dan kegiatan yang direncanakan, guna merealisasikan tujuan organisasinya.³ OPZ, dalam kegiatan *fundraising*-nya melakukan berbagai macam strategi, salah satunya adalah *digital fundraising*. *Digital fundraising*

³ Ade Nur Rohim, "Optimalisasi Zakat Melalui Digital Fundraising," *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Volume 4, Nomor 1, (2019), 71.

merupakan kegiatan penghimpunan dana yang dilakukan dengan memanfaatkan media-media digital, seperti media sosial.⁴

Selama ini OPZ telah menghimpun dan mensosialisasikan zakat dari para muzaki dengan langkah konvensional. Seperti metode *fundraising door to door*, layanan jemput zakat, membayar tunai, dan transfer tunai melalui bank. Sebagai bagian dari rukun Islam, pelaksanaan zakat harus terus disosialisasikan melalui kajian-kajian dan ceramah-ceramah dakwah. Dakwah yang dilakukan perlu dikembangkan dengan metode ilmiah agar mudah dipahami dan dapat mengontrol berbagai problematika yang ada di masyarakat.⁵ Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, hampir semua Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) saat ini bergerak untuk terus mengembangkan inovasi digital dalam sosialisasi dan *fundraising* guna mengoptimalkan penghimpunan zakat.⁶

Kegiatan *digital fundraising* tidak serta merta akan mendapatkan dukungan dari pengguna internet apabila tidak ada sosialisasi dan promosi melalui platform lain, misalnya media sosial. Kegiatan promosi melalui media sosial merupakan kegiatan menyebarkan informasi kepada masyarakat terkait produk atau pun jasa tertentu. Begitu pula dengan *fundraising* yang memiliki fungsi serupa dengan iklan. Perbedaannya terletak pada objek yang dipromosikan. Iklan membujuk masyarakat agar membeli produk atau jasa dengan menginformasikan kelebihan produk tersebut, sedangkan *fundraising*

⁴ Ibid, 76.

⁵ Ibid, 64.

⁶ Ibid, 61.

mendorong masyarakat untuk berdonasi terhadap suatu proyek.⁷ Oleh karena itu ACT Ponorogo menggunakan Instagram sebagai sarana sosialisasi dan komunikasi agar masyarakat dapat mengetahui adanya proyek yang sedang dikampanyekan pada indonesiadermawan.id.

Organisasi dapat berjalan terarah ketika adanya tujuan jelas yang ingin dicapai. Tujuan yang jelas tersebut akan memberikan motivasi dan tanggung jawab agar pihak yang terkait melaksanakan tugasnya dengan baik. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut terdapat taraf pencapaian atau disebut dengan efektivitas. Dalam kutipan Atik Abidah, Chester Barnard mengemukakan pendapatnya terkait dengan efektivitas, yaitu: *“Effectiveness of cooperative effort relates to accomplishment of an objective of the system and it is determined with a view to the system’s requirement.”* (Efektivitas dari usaha kerjasama antar individu berhubungan dengan pelaksanaan yang dapat mencapai suatu tujuan dalam suatu sistem, dan hal itu ditentukan dengan suatu pandangan dapat memenuhi kebutuhan sistem itu sendiri).⁸

Efektivitas adalah ukuran yang menyatakan seberapa jauh target yang telah ditentukan dapat dicapai oleh manajemen. Apabila persentase target yang dicapai semakin besar, maka semakin tinggi pula efektivitasnya. Jadi efektivitas merupakan tingkat keberhasilan tujuan dari program-program yang

⁷ Ibid, 72.

⁸ Atik Abidah, *Zakat, Filantropi dalam Islam: Refleksi Nilai Spiritual dan Charity* (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2011), 91.

telah dijalankan.⁹ Jika berbicara mengenai pencapaian tujuan, efektivitas bermakna *doing the right things* atau mengerjakan pekerjaan yang benar. Efektivitas merujuk pada keberhasilan pencapaian sasaran organisasi, maka dari itu efektivitas digambarkan sebagai suatu ukuran apakah manajer mengerjakan pekerjaan yang benar atau tidak.¹⁰

Ditinjau dari berbagai referensi, tidak mudah untuk menemukan indikator paling utama yang mempengaruhi efektivitas. Hal ini terjadi sebab berdasarkan berbagai sumber yang ada, efektivitas ditemukan dari cara dan sudut pandang yang berbeda. Oleh sebab itu efektivitas tidak selamanya sesuai untuk suatu kasus, terdapat berbagai indikator lain yang dapat disesuaikan menurut jenis, kondisi, dan sebagainya. Suatu program dinilai efektif apabila dapat mencapai tujuan yang direncanakan. Efektivitas juga dapat dipandang sebagai suatu sebab dari indikator lain, sehingga ukuran efektivitas dinyatakan secara kualitatif dalam bentuk pernyataan.¹¹

Berdasarkan teori-teori yang telah diuraikan, *fundraising* melalui platform indonesiadermawan.id kurang efektif jika dilihat berdasarkan kinerja, sebab sosialisasi masih kurang dan perolehan donasi belum memenuhi sasaran yang ditetapkan. Sasaran rata-rata yang ditetapkan ACT

⁹ Aisyah Ekawati Setyani, "Efektivitas Strategi Fundraising Wakaf Berbasis Wakaf Online di Global Wakaf Aksi Cepat Tanggap Yogyakarta," *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018), 19.

¹⁰ Anis Wuryanti, "Analisis Efektivitas Metode Fundraising Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Ponorogo," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020), 24.

¹¹ Aisyah Ekawati Setyani, "Efektivitas Strategi Fundraising Wakaf," 20.

Ponorogo sebesar Rp 30.000.000, sedangkan donasi yang terkumpul bahkan tidak mencapai 10% dari sasaran saat tenggat waktu kurang dari 30 hari.

Jika dilihat dari waktu penggunaan platform, maka *indonesiadermawan.id* dapat dikatakan efektif. Di masa pandemi, dimana banyak diberlakukan *social distancing*, donasi melalui platform merupakan langkah yang sangat tepat, sebab dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja. Dan jika dilihat berdasarkan sumber daya yang dimiliki, dapat dikatakan efektif, sebab *indonesiadermawan.id* merupakan platform yang dimiliki oleh Yayasan Aksi Cepat Tanggap. Hal ini tentu membawa banyak keuntungan, mulai dari biaya operasional yang lebih murah, hingga kampanye-kampanye yang akan disalurkan langsung oleh lembaga terpercaya.

C. Analisis Efektivitas terhadap Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Digital Fundraising melalui Platform *Indonesiadermawan.id* pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo

Berdasarkan data-data yang telah diuraikan, terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan *digital fundraising* melalui platform *indonesiadermawan.id*. Faktor pendukung yang pertama yaitu kepemilikan platform *indonesiadermawan.id* oleh Yayasan Aksi Cepat Tanggap. Kepemilikan platform secara pribadi ini memberikan keuntungan dibandingkan dengan penggunaan platform selain milik pribadi. *Fundraising* yang dilakukan melalui *indonesiadermawan.id* lebih terstruktur karena hanya berisi kampanye dari lembaga di bawah naungan Yayasan Aksi Cepat

Tanggap. Sedangkan jika menggunakan platform digital lainnya, seperti Kitabisa.com, kampanye yang tersedia bercampur dengan para *fundraiser* lainnya dari berbagai lembaga atau perorangan. Donasi yang terkumpul pun tidak langsung masuk ke dalam rekening *fundraiser*, namun masih berada dalam dompet Kitabisa.com. Apabila ingin mencairkan dana ke dalam rekening maka akun *fundraiser* harus terverifikasi terlebih dahulu.

Faktor pendukung yang kedua yaitu biaya operasional yang lebih murah. Apabila menggunakan platform Kitabisa.com, terdapat biaya-biaya yang harus dipotong dari hasil donasi terkumpul. Untuk kategori kampanye selain zakat dan bencana alam, Kitabisa.com memberlakukan biaya administrasi sebesar 5% dari hasil donasi. Dalam beberapa kampanye donasi, selain biaya administrasi juga dikenakan biaya admin bank dan iklan Facebook. Jadi setelah donasi terkumpul, *fundraiser* tidak bisa mencairkan keseluruhan dananya. Dana baru dapat dicairkan apabila akun telah terverifikasi dan akan dipotong biaya jasa sebelum masuk ke dalam rekening *fundraiser*.¹²

Akses selama 24 jam merupakan faktor pendukung selanjutnya dalam penerapan *fundraising* melalui indonesiadermawan.id. Pengguna internet dapat membuka platform dimana pun dan kapan pun. Hal ini merupakan salah satu kemudahan yang didapatkan dari *fundraising* di era digital. Calon donatur tidak perlu mendatangi kantor ACT jika ingin berdonasi. Donasi

¹² Kitabisa Help Center, "Bagaimana Cara Mencairkan Donasi yang Sudah Terkumpul?," dalam <https://kitabisa.zendesk.com/hc/en-us/articles/360000598193-Bagaimana-cara-mencairkan-donasi-yang-sudah-terkumpul->, (diakses pada tanggal 28 Februari 2022, jam 21.30 WIB).

melalui platform juga tidak seperti layanan *offline* yang harus menunggu jam operasional. Karena platform indonesiadermawan.id dapat dibuka melalui *Google*, maka dari itu pengguna bebas mengakses kapan pun ingin berdonasi.

Faktor pendukung selanjutnya yaitu informasi yang rinci dalam platform. Kerincian informasi ini akan membantu calon donatur untuk melihat lebih spesifik terhadap program yang dikampanyekan. Terdapat informasi seperti situasi dan kondisi penerima manfaat yang mungkin ingin diketahui calon donatur tanpa harus mencari tahu lebih dalam di tempat lain. Dalam menu kampanye juga terdapat banyak pilihan donasi, yakni melalui transfer bank, *e-wallet*, dan Gerai Alfamart. Pilihan transfer donasi melalui platform indonesiadermawan.id dapat menggunakan beberapa bank, sehingga lebih memudahkan donatur yang tidak memiliki rekening bank syariah. Sebab apabila memilih untuk transfer tunai tanpa melalui platform, hanya tersedia pilihan Bank Syariah Indonesia dan Bank Muamalat. Kemudahan donasi lainnya yaitu adanya banyak pilihan *e-wallet* seperti Ovo, GoPay, Dana, dan lain-lain. Hal ini sejalan dengan era digital yang kian hari semakin berkembang dan memberi kenyamanan terhadap pengguna internet.

Untuk faktor penghambat dalam *fundraising* melalui indonesiadermawan.id yaitu kurang dikenalnya platform oleh masyarakat. Dibuktikan dengan data yang menyatakan bahwa banyak masyarakat yang belum mengenal platform indonesiadermawan.id, bahkan tidak mengetahui adanya Aksi Cepat Tanggap di Ponorogo. Meskipun ada pula masyarakat yang mengetahui adanya platform indonesiadermawan.id, namun hanya

segelintir orang yang berdonasi melalui platform tersebut. Faktor kepercayaan menjadi salah satu penyebab masyarakat tidak berdonasi melalui indonesiadermawan.id. Selain itu, akses jaringan internet yang belum merata menyebabkan masyarakat tidak bisa leluasa mencari tahu informasi tentang ACT dan platform indonesiadermawan.id.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada hasil penelitian, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan, yaitu:

1. Hal-hal yang melatarbelakangi *digital fundraising* melalui platform *indonesiadermawan.id* yang pertama, yaitu kepemilikan platform secara pribadi, yakni milik Yayasan Aksi Cepat Tanggap. Yang kedua yaitu biaya operasional yang lebih murah dibandingkan dengan menggunakan platform *crowdfunding* lain.
2. Efektivitas *digital fundraising* melalui platform *indonesiadermawan.id* kurang efektif jika dilihat berdasarkan kinerja. Hal ini disebabkan karena tingginya target donasi yang ditetapkan oleh ACT dan sosialisasi kurang maksimal sehingga masih banyak masyarakat yang belum memiliki pemahaman terhadap ACT dan *indonesiadermawan.id*. Namun jika ditinjau dari waktu penggunaan dapat dikatakan efektif, sebab memudahkan donatur pada masa pemberlakuan *social distancing*. Dan jika ditinjau dari sumber daya yang dimiliki, dapat dikatakan efektif sebab kepemilikan platform oleh Yayasan Aksi Cepat Tanggap, yang memudahkan pengelolaan platform.
3. Faktor pendukung *digital fundraising* melalui *indonesiadermawan.id* diantaranya yaitu, kepemilikan platform secara pribadi, biaya operasional

platform yang lebih murah, dapat diakses selama 24 jam, informasi yang cukup rinci dalam platform, dapat melakukan pembayaran melalui berbagai macam bank dan *e-wallet* serta gerai Alfamart. Sedangkan faktor penghambatnya adalah indonesiadermawan.id dan juga ACT saat ini kurang dikenal oleh masyarakat. Selain itu akses jaringan internet masih belum merata, terutama daerah 3T.

B. Saran

1. Bagi lembaga

Penulis menyampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan berdasarkan hasil penelitian, yaitu:

- a. Meningkatkan sosialisasi agar semakin dikenal masyarakat dengan cara memperbanyak kegiatan-kegiatan dakwah, terutama kegiatan *offline*, seperti roadshow syeikh Palestina atau pengajian bulanan.
- b. Melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga yang telah populer di kalangan masyarakat.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan untuk memperdalam penelitian selanjutnya. Semoga kedepannya akan ada lebih banyak penelitian yang membahas tema serupa, sebab seiring dengan berkembangnya zaman, akan semakin berkembang pula inovasi *digital fundraising* pada lembaga filantropi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abidah, Atik. *Zakat, Filantropi dalam Islam: Refleksi Nilai Spiritual dan Charity*. Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2011.

Anggito, Albi & Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.

Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Mu'amalah*. Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2010.

Ferdiansyah. *Dasar Penelitian Kualitatif*. Bogor: Herya Media, 2015.

Ghofur, Abdul. *Tiga Kunci Fundraising: Sukses Membangun Lembaga Nirlaba*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.

Latief, Hilman. *Melayani Umat: Filantropi Islam dan Ideologi Kesejahteraan Kaum Modernis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.

Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books, 2014.

Raco, Jozef. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo, 2010.

Steers, Richard M. *Efektivitas Organisasi (Kaidah Perilaku)*, terj. Magdalena Jamin. Jakarta: Erlangga, 2020.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2009.

Jurnal dan Skripsi

An'Umillah, Aghnia & Farid Pribadi. "Fenomena Masyarakat Desa Genukwatu dalam Menyantuni Anak Yatim." dalam *Paradigma*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2019: 1-5.

- Barthelemy, Ferdiza & Irwansyah. “Strategi Komunikasi Crowdfunding melalui Media Sosial Crowdfunding Communication Strategy through Social Media.” dalam *Jurnal Iptek Kominfo*. Jakarta: Kominfo, 2019: 155-168.
- Habsyari, Dyah Ayu. “Efektivitas Pemberdayaan Dana Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) untuk Meningkatkan Ekonomi Mustahik di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Madiun.” *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.
- Hikmah, Nurul. “Peran Yayasan Al-Fikr dalam Pelayanan Sosial terhadap Siswa Yatim Piatu di Desa Gembong RT 02/04 Balaraja Barat Tangerang.” *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010.
- Junidar, Ulfa. “Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam (Studi terhadap PKPU dan Rumah Zakat di Indonesia).” dalam *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam*. Aceh: LP2M UIN Ar-Raniry, 2020: 190-218.
- Maghfira. “Efektivitas Kitabisa.Com sebagai Media Crowdfunding dalam Mendukung Pertumbuhan Wakaf Sosial.” *Skripsi*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin, 2019.
- Makhrus. “Aktivisme Pemberdayaan Masyarakat dan Institusionalisasi Filantropi Islam di Indonesia.” dalam *Islamadina*. Purwokerto: FAI Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014: 26-44.
- Nafiah, Dzurriyatun. “Efektivitas Strategi *Digital Marketing* pada Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (ZIS) dengan Pendekatan *Direct Rating Method* (DRM) (Studi Kasus NU CARE-LAZISNU Jakarta Pusat).” *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo, 2018).
- Odaliya, Mita. “Strategi Digital Marketing Sosialisasi Sedekah ACT (Aksi Cepat Tanggap) dalam Membantu Masyarakat Kurang Mampu.” *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.
- Qomaria, Nia. “Fundraising ZIS di Era Digital: Efektivitas Tabung Amal.id sebagai Platform Penghimpunan ZIS Nurul Falah Surabaya.” *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021.
- Rijali, Ahmad. “Analisis Data Kualitatif.” dalam *Jurnal Alhadharah*. Banjarmasin: UIN Antasari, 2018: 81-95.

Rohim, Ade Nur. "Optimalisasi Zakat Melalui Digital Fundraising." dalam *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Surakarta: IAIN Surakarta, 2019: 59-90.

Safitri, Junaidi. "Implementasi Konsep Zakat dalam Al-Qur'an sebagai Upaya Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia." dalam *At-Tasyri'*. Aceh: STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh, 2017: 1-15.

Setyani, Aisyah Ekawati. "Efektivitas Strategi Fundraising Wakaf Berbasis Wakaf Online di Global Wakaf Aksi Cepat Tanggap Yogyakarta." *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018.

Tamim, Imron Hadi. "Filantropi dan Pembangunan." dalam *Jurnal Community Development*. Kudus: IAIN Kudus, 2016: 121-135.

Sulaeman, Fietri S. & Ilham H. Permana. "Sistem Monitoring Penerapan Rencana Anggaran Biaya Berbasis Web." dalam *Jurnal IKRA-ITH Teknologi*. Jakarta: Universitas Persada Indonesia, 2021: 24-31.

Wulandari, Windika. "Peran Teknologi Digital dalam Fundraising Zakat Infak, dan Sedekah (ZIS) pada LAZNAS Mizan Amanah Ulujami Jakarta Selatan." *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020.

Wuryanti, Anis. "Analisis Efektivitas Metode Fundraising Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Ponorogo." *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020.

Internet

Andika, dkk. "Gerakan Platform Digital Maksimalkan Donasi Masyarakat," dalam <https://knks.go.id/berita/244>. Diakses pada 27 September 2021, jam 21.47 WIB.

Aksi Cepat Tanggap. "Sejarah." dalam <https://act.id/tentang/sejarah>. Diakses pada tanggal 15 Januari 2022, jam 09.50 WIB.

Firmansyah, Asep. "ACT Luncurkan Aplikasi Indonesia Dermawan 2.0 Fasilitasi Para Penderita." dalam <https://www.antaraneews.com/berita/2333814/act-luncurkan-aplikasi-indonesia-dermawan-20-fasilitasi-para-penderita>. Diakses pada 17 Oktober 2021, jam 9.15 WIB.

- BPS. “Persentase Penduduk Miskin Maret 2021 turun menjadi 10,14 persen.” dalam <https://www.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 25 September 2021, jam 11.00 WIB.
- Dompot Dhuafa Waspada. “Sejarah Dompot Dhuafa.” dalam <https://ddwaspada.org/sejarah/>. Diakses pada tanggal 26 September 2021, jam 16.00 WIB.
- Global Qurban. “Tentang Kami.” dalam <https://www.globalqurban.com/tentang-kami>. Diakses pada tanggal 19 Februari 2022, jam 22.03 WIB.
- Global Wakaf. “Global Wakaf (GW), Pengelola Wakaf Berperspektif Kemanusiaan.” dalam https://www.globalwakaf.com/id/tentang_kami. Diakses pada tanggal 19 Februari 2022, jam 22.17 WIB.
- Global Zakat. “Tentang Kami.” dalam <https://www.globalzakat.id/tentang/faq>. Diakses pada tanggal 19 Februari 2022, jam 22.25 WIB.
- Kitabisa Help Center. “Bagaimana Cara Mencairkan Donasi yang Sudah Terkumpul?.” dalam <https://kitabisa.zendesk.com/hc/en-us/articles/360000598193-Bagaimana-cara-mencairkan-donasi-yang-sudah-terkumpul->. Diakses pada tanggal 28 Februari 2022, jam 21.30 WIB.
- Kita Bisa Indonesia. “Penjelasan Lengkap Tentang Biaya Administrasi 5% di Kitabisa.com.” dalam https://blog.kitabisa.com/penjelasan-potongan-5-kitabisa/?utm_source=blog_kitabisa. Diakses pada 27 Februari 2021, jam 20.20 WIB.
- Kominfo. “Menkeu: Kemampuan Adopsi Teknologi Digital Tentukan Perkembangan Ekonomi Negara.” dalam <https://www.kominfo.go.id/content/detail/36854/menkeu-kemampuan-adopsi-teknologi-digital-tentukan-perkembangan-ekonomi-negara/0/berita>. Diakses pada tanggal 27 September 2021, jam 21.15 WIB.
- Masyarakat Relawan Indonesia. “Tentang MRI.” dalam <https://relawan.id/tentang-kami/>. Diakses pada tanggal 19 Februari 2022, jam 21.45 WIB.

Raharjo, Budi. “Akses Internet Dinilai Belum Merata.” dalam <https://www.republika.co.id/berita/qsfs415/akses-internet-dinilai-belum-merata>. Diakses pada tanggal 1 Maret 2021, jam 08.45 WIB.

Tunnisa, Fariha. “Masyarakat yang Gagap Teknologi di Era Revolusi Industri 4.0.” dalam <https://www.kompasiana.com/farihatunnisa/5dfd9344097f365adb0f5b22/masyarakat-yang-gagap-teknologi-di-era-revolusi-industri-4-o?page=all#section1>. Diakses pada tanggal 1 Maret 2022, jam 08.05 WIB.

Wawancara

Aminati, Megawati N. *Wawancara*. 2022.

Wibowo, Dian Adi. *Wawancara*. 2022.

Risma. *Wawancara*. 2022.

Lutfi. *Wawancara*. 2022.

