

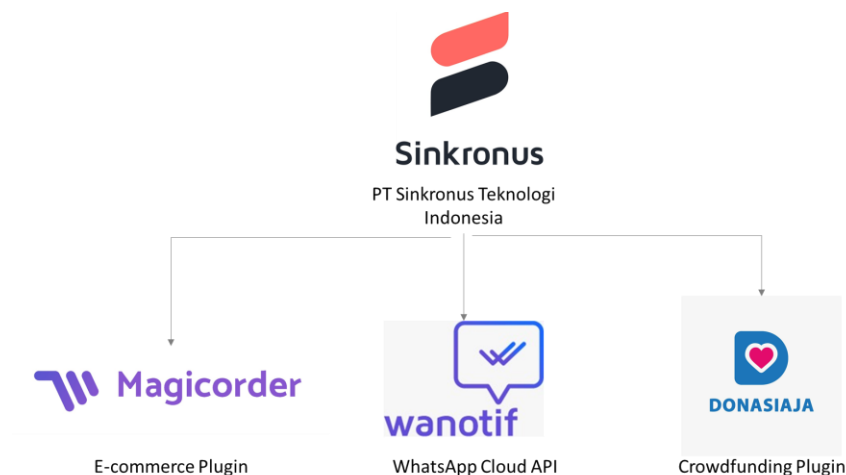
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

DonasiAja yang dirilis pada April 2021 merupakan *plugin* wordpress berupa modul penggalangan dana yang dapat digunakan oleh Yayasan, Lembaga Amal, Pesantren atau organisasi nirlaba lain yang menyelenggarakan kegiatan penggalangan dana untuk disalurkan ke individu/kelompok yang membutuhkan seperti korban bencana, warga miskin, anak putus sekolah dan lain-lain. *Tools* ini menjadi solusi untuk pengguna yang akan beralih melakukan penggalangan dana dari metode luring ke daring tanpa perlu mengeluarkan biaya besar untuk merekrut *programmer* atau menggunakan jasa *software house*.

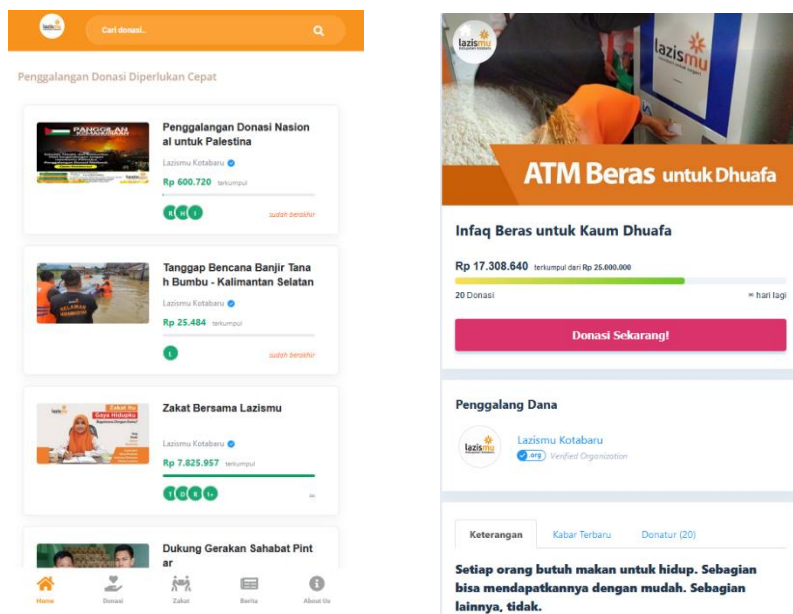
DonasiAja merupakan salah satu produk milik PT Sinkronus Teknologi Indonesia, yang merupakan *start-up* di bidang solusi teknologi informasi khususnya *e-commerce*. DonasiAja dikembangkan berdasarkan permintaan pelanggan yang membutuhkan fitur penggalangan dana pada Magic Order, yang pada awalnya direalisasikan sebagai tambahan fitur yaitu *fundraising*. Seiring berjalannya waktu, karena pengguna fitur *fundraising* semakin bertambah banyak, kemudian dibuat *tools* khusus DonasiAja dengan penambahan fitur lainnya yang sesuai untuk kebutuhan *fundraising*.



Gambar 1. 1 Produk-produk Sinkronus

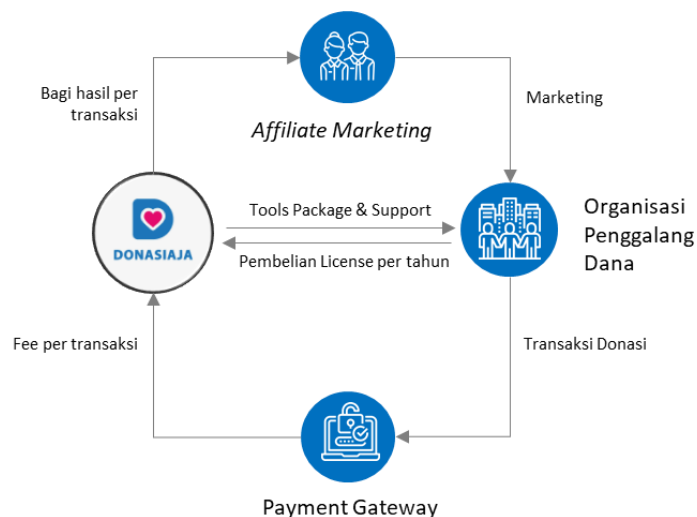
Berdasarkan data internal, sampai bulan Juni 2021, DonasiAja sudah digunakan oleh 89 situs penggalangan dana. Organisasi yang menggunakan antara lain: Lazismu Kota Baru, Baznas Kabupaten Banyuwangi, Dompot Dhuafa Jawa Tengah, Minang Care, Hamasah Peduli dan lain-lain. Aktivitas penggalangan dana yang dilakukan oleh organisasi tersebut bermacam-macam, dari mulai kegiatan sosial umum, pemulihan bencana alam, bantuan ke daerah konflik, bantuan berbasis islami dan lainnya. Secara fitur DonasiAja dibuat secara generik sehingga dapat digunakan untuk tujuan penggalangan dana apapun, dan tetap dapat dicustomisasi untuk disesuaikan dengan branding organisasi.

DonasiAja saat ini memiliki beragam fitur yang disediakan untuk kebutuhan penggalang dana antara lain : *create campaign* (membuat kampanye penggalangan dana), form donasi (form yang perlu diisi donatur untuk melakukan donasi), Integrasi ke *payment gateway* (untuk menerima pembayaran donasi dari *payment gateway*), Notifikasi WA (donatur akan mendapat pesan di WhatsApp secara otomatis sebagai update status donasi), Dashboard Donasi (untuk memantau perkembangan donasi oleh penggalang dana) dan fitur pendukung lainnya. Fitur tersebut dapat diaktifkan dan non aktifkan sesuai kebutuhan.



Gambar 1. 2 Tampilan Website Penggalangan Dana Menggunakan DonasiAja
 Sumber : <https://lazismukotabaru.com/>

Model bisnis DonasiAja dapat digambarkan pada gambar 1.3, DonasiAja melakukan pemasaran secara langsung melalui website, media sosial dan melalui *affiliate marketing*. Organisasi/penggalang dana yang akan menggunakan DonasiAja, dapat membeli melalui situs <https://donasiaja.id> dengan tiga pilihan lisensi yang disediakan sesuai yang tercantum pada tabel 1.1 Lisensi tools DonasiAja berlaku selama setahun, artinya untuk memperpanjang penggunaan di tahun selanjutnya harus membeli lisensi perpanjangan. Setelah melakukan pembelian melalui situs dan pembayaran sudah terkonfirmasi, pelanggan akan mendapatkan hak akses user untuk masuk ke menu *member page* yang berisi link unduhan *plugin* beserta petunjuk penggunaan dalam bentuk teks dan video. *Plugin* yang sudah diunduh akan dimasukkan ke dalam situs milik pengguna, sehingga jika sudah memiliki situs sebelumnya, menu penggalangan dana bisa menjadi menu tambahan dari menu yang sudah tersedia sebelumnya. Untuk penjualan melalui *affiliate marketing*, tidak ada perbedaan dari segi produk yang akan didapatkan dan cara pembeliannya, hanya saja *link* yang digunakan untuk menuju website DonasiAja, menggunakan *link* masing-masing *affiliate marketer*. Dan DonasiAja akan memberikan bagi hasil sebesar 25% dari setiap lisensi yang terjual melalui *link affiliate marketer*.



Gambar 1. 3 Model Bisnis DonasiAja

Berikut merupakan besaran harga lisensi tools DonasiAja yang terdiri dari tiga skema yaitu Basic, Pro dan Ultimate. Masing-masing memiliki kelengkapan fitur yang berbeda dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan penggalang dana.

Tabel 1. 1 Daftar Harga *Tools* DonasiAja

Basic	Pro	Ultimate
395 rb/tahun	595 rb/tahun	995 rb/tahun
1 Website License	1 Website License	1 Website License
Unlimitted Create Campaign	Unlimitted Create Campaign	Unlimitted Create Campaign
Info Update Campaign	Info Update Campaign	Info Update Campaign
List Donatur	List Donatur	List Donatur
Like/Love Komentar	Like/Love Komentar	Like/Love Komentar
Form Donasi	Form Donasi	Form Donasi
1 Tipe Form	3 Tipe Form	3 Tipe Form
Payment gateway	Payment gateway	Payment gateway
Moota	Moota	Moota
Notifikasi WA Otomatis	Notifikasi WA Otomatis	Notifikasi WA Otomatis
Membership	Membership	Membership
User Profile	User Profile	User Profile
My Donate	My Donate	My Donate
My Profile	My Profile	My Profile
Dashboard Donasi	Dashboard Donasi	Dashboard Donasi
CS Dashboard	CS Dashboard	CS Dashboard
Shortcodes	Shortcodes	Shortcodes
Multiple Followup	Multiple Followup	Multiple Followup
Download Data Donasi	Download Data Donasi	Download Data Donasi
Manage Member	Manage Member	Manage Member
Custom Login	Custom Login	Custom Login
Register Member	Register Member	Register Member
Anonim Donatur	Anonim Donatur	Anonim Donatur
Hide Logo DonasiAja	Hide Logo DonasiAja	Hide Logo DonasiAja

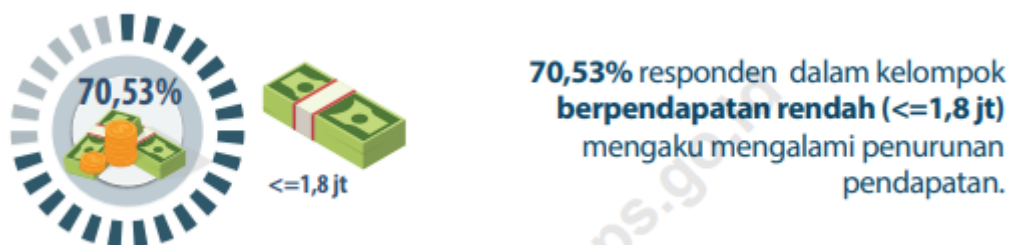
DonasiAja secara roadmap akan dikembangkan menjadi *crowdfunding Platform* yang diharapkan dapat mendistrupsi *Platform* yang sudah ada. Hal ini sejalan dengan inputan yang diterima oleh tim Sinkronus dari pengguna fitur *fundraising* yang memiliki kecenderungan untuk tidak menggunakan

crowdfunding Platform existing karena besar komisi yang ditetapkan *Platform* dan kebutuhan pencitraan organisasi.

Secara organisasi DonasiAja memiliki tim inti berjumlah lima orang yang fokus dalam pengembangan produk dan operasional. Sedangkan untuk bagian pemasaran mengadopsi skema *affiliate marketing*. Dengan organisasi yang ramping, mengadopsi sistem kerja jarak jauh dan aktivitas yang lebih banyak bersifat non fisik besar biaya operasional perusahaan dan biaya tetap lainnya dapat diminimalisir untuk efisiensi arus kas.

1.2 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang masuk di Indonesia sejak Triwulan I 2020, berdampak signifikan terhadap kehidupan masyarakat. Berdasarkan publikasi dari Badan Pusat Statistik terkait Survei Sosial Demografi Dampak Covid-19 pada tahun 2020, bahwa 41,91% dari total 87.379 responden mengalami penurunan pendapatan. Dan penurunan pendapatan ini justru sangat dirasakan oleh responden kelompok berpendapatan rendah ($\leq 1,8$ jt) yaitu sebesar 70,53% yang mengalami penurunan pendapatan. Di satu sisi berdasarkan survey yang sama terdapat peningkatan pengeluaran selama masa pandemi yang dirasakan oleh 56% responden yang meningkat antara 25-50%. Dari data ini dapat menggambarkan bahwa kondisi kelompok berpendapatan rendah semakin kesulitan untuk bertahan hidup karena pendapatan menurun namun pengeluaran semakin meningkat.



Gambar 1. 4 Persentase Kelompok Berpendapatan Rendah yang Mengalami Penurunan Pendapatan

Sumber : Hasil Survei Sosial Demografi Dampak Covid-19 oleh BPS (2020)

Selain dampak pada masyarakat secara umum, pandemic covid juga sangat berpengaruh pada pelaku usaha. Berdasarkan Publikasi dari BPS terkait analisis hasil survey dampak Covid-19 terhadap pelaku usaha, dimana 82,29% dari Usaha Menengah dan Besar dan 84,20% Usaha Menengah dan Kecil mengalami penurunan pendapatan. Dan hanya 19% pelaku usaha yang memperkirakan mereka mampu bertahan maksimal hingga 3 bulan. Sedangkan Sebagian besar yaitu 55,32% tidak tahu usaha mereka dapat bertahan berapa lama.



Gambar 1. 5 Persentase Pelaku Usaha Menurut Perkiraan Lama Perusahaan Dapat Bertahan di Masa Pandemi
Sumber : Hasil Survei Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha oleh BPS (2020)

Para pelaku usaha terutama UMK paling membutuhkan bantuan modal usaha dengan prosentase 69,02%. Hal inilah yang mendorong pemerintah memberikan Subsidi UMKM program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) berupa subsidi bunga untuk pendanaan modal usaha dengan besaran antara 3-6% dan berupa bantuan langsung tunai sebesar Rp 2,4jt per UMKM. Program ini diluncurkan demi memulihkan situasi ekonomi Indonesia yang mulai memasuki resesi di tahun 2020 karena penurunan konsumsi masyarakat dampak pandemic Covid-19. Pemerintah bahkan menganggarkan Rp 123 Triliun untuk menopang UMKM terdampak. Namun berdasarkan berita BBC Indonesia pada 1 Juli 2020, program stimulus ekonomi memiliki prosedur yang berbelit dengan penyaluran yang lamban, sehingga banyak UMKM yang tidak merasakan manfaat program tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, banyak organisasi atau Yayasan yang berinisiatif untuk melakukan penggalangan dana secara mandiri untuk membantu masyarakat terdampak yang dimulai dari lingkungan sekitar. Namun situasi pandemi Covid-19 ini juga yang membuat kegiatan penggalangan dana tidak mudah dilakukan dengan cara konvensional, seperti mencari donatur di tempat umum, melalui acara penggalangan dana, atau metode lain. Hal ini dikarenakan perubahan aktivitas fisik masyarakat yang lebih banyak dihabiskan di rumah. Sehingga perlu dilakukan penggalangan dana dengan metode baru, yaitu melalui internet secara daring, yang lebih dikenal dengan istilah *crowdfunding*. *Crowdfunding* sebagai kemungkinan baru dan penting dari penggalangan dana yang memiliki nilai ekonomi dan sosial yang tinggi (Gierczak et al., 2016).

Aktivitas *crowdfunding* terbagi menjadi empat kategori antara lain (Lima & Araújo, 2019) : *Donation-based*, berupa penggalangan dana dimana donatur tidak mendapat timbal balik apapun selain kepuasan pribadi. Kedua yaitu *Reward-based*, dimana pemberi dana mendapat penghargaan sebagai timbal balik donasi mereka, seperti penghargaan sederhana atau pencantuman nama dalam proyek yang menerima donasinya. *Equity-based*, kategori ini biasa digunakan dalam penggalangan dana untuk kebutuhan modal UMKM dimana pemberi dana akan mendapat pembagian saham atas usaha tersebut. Yang terakhir adalah *Debt-based* yang sifatnya seperti skema peminjaman dan pemberi dana akan mendapat pengembalian atas dana yang sudah disetorkan beserta bunga. Kategori ini biasa diterapkan di *peer-to-peer lending*.

Fenomena *crowdfunding* mendorong bertumbuhnya kegiatan penggalangan dana secara daring dengan memanfaatkan situs sebagai saluran donasi. Pertumbuhan *crowdfunding Platform* di Indonesia terutama *donation-based Platform* semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir yang dapat menjadi alternatif saluran penggalangan dana. Hal ini dibuktikan berdasarkan informasi dari GOPAY Digital Donation Outlook 2020, dari tahun 2016-2019 terdapat peningkatan jumlah inisiatif galang dana digital pada *Platform* Kitabisa mencapai lebih dari 10 kali lipat dalam 3 tahun. Dengan adanya pandemi Covid-19,

fenomena ini semakin meningkat berdasarkan informasi dari LinkAja pada artikel finansial.bisnis.com pada Mei 2020, yang menyebutkan bahwa pihaknya mencatatkan peningkatan trafik donasi digital menjadi dua sampai empat kali lipat sejak pandemi Covid-19.



Gambar 1. 6 Pertumbuhan inisiatif galang dana pada Platform Kitabisa
Sumber : Gopay Digital Donation Outlook 2020

Namun, di satu sisi berdasarkan informasi dari tim DonasiAja terdapat kecenderungan yayasan/organisasi untuk tidak melakukan penggalangan dana melalui *crowdfunding Platform* yang tersedia saat ini, dengan pertimbangan biaya layanan yang dirasa terlalu besar yaitu sebesar 5% dari total dana terkumpul. Selain itu, secara pencitraan organisasi, mereka ingin memiliki pencitraan melalui situs sendiri, sehingga mereka lebih memilih menggalang dana melalui situs masing-masing. Berdasarkan kondisi ini dan atas permintaan beberapa pengguna mendorong Magic Order, yang merupakan produk *e-commerce plugin* berbasis Wordpress berupa *form-based checkout* yang bernaung di perusahaan yang sama dengan DonasiAja, untuk menyediakan fitur *fundraising*.

Berdasarkan data dari Magic Order, dalam satu tahun terakhir terdapat 20% pengguna dari total 425 pengguna yang membeli lisensi Magic Order merupakan Yayasan/Organisasi penggalang dana dan terdapat 13,46% situs dari total 1.037

situs teraktivasi merupakan situs penggalangan dana. Beberapa pengguna tersebut bahkan lembaga-lembaga yang sudah cukup dikenal antara lain: Dompet Dhuafa Regional, Lazim Muhammadiyah, Nusa Charity dan lainnya.

Peningkatan transaksi donasi digital yang semakin tinggi dan kecenderungan Yayasan/Organisasi untuk tidak menggunakan *Platform* donasi yang sudah ada, membuat Sinkronus sebagai pemilik produk Magic Order melakukan diversifikasi produk khusus untuk *crowdfunding* yang disebut DonasiAja. Secara road map besar, DonasiAja akan dikembangkan menjadi *crowdfunding Platform* yang dapat menjawab permasalahan atau isu yang dirasakan oleh para penggalang dana saat ini. Dimulai dengan menyediakan *plugin* donasi yang dapat dipasang pada situs masing-masing Yayasan dengan harga yang terjangkau dan sebagai langkah cepat menjawab kebutuhan pasar.

Model bisnis *crowdfunding Platform* yang akan dibuat perlu dikaji untuk merancang model bisnis termasuk skema *crowdfunding* yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Penelitian akan menggunakan *framework Platform Innovation Kit* untuk mengembangkan model bisnis. Sesuai dengan prinsip *open Platform Business Models* dimana melibatkan lebih dari dua pihak yang tergabung dalam ekosistem, yaitu pengguna/konsumen, penyedia, *Platform provider* dan pendukung *Platform/partner* (Kim, 2015), sehingga dalam menentukan model bisnis perlu mengakomodir kebutuhan dari berbagai sisi. Secara Road map DonasiAja akan hadir menjadi *crowdfunding Platform* sebagai competitor *crowdfunding Platform existing* namun dengan unique selling poin yang berbeda karena memiliki basis pengguna plugin yayasan yang dapat dimanfaatkan untuk strategi pengembangan bisnis *Platform*. Ekosistem digital yang akan dibentuk *crowdfunding Platform* antara lain penggalang dana/ inisiator proyek yaitu Yayasan/Organisasi/komunitas/individu, pemberi dana/donatur, *payment gateway*, *merchant*, pemilik *Platform* serta melibatkan badan pengawas dari pemerintah karena termasuk aktivitas pengumpulan dana masyarakat yang di atur oleh OJK.

1.3 Perumusan Masalah

DonasiAja yang saat ini berupa *plugin* Wordpress dengan skema bisnis berupa lisensi per tahun, melihat peluang untuk berkembang menjadi *Crowdfunding Platform*. Hal ini didasari dengan melihat potensi pasar yang cukup besar yang dipengaruhi dampak Covid-19 pada masyarakat sehingga mendorong aktivitas penggalangan dana, potensi zakat di Indonesia yang belum terkumpul, perilaku masyarakat Indonesia dalam berdonasi, dan terdapatnya celah pada model bisnis *crowdfunding Platform existing* dengan kebutuhan para penggalang dana (yayasan atau organisasi). Salah satunya yaitu yayasan/organisasi yang melakukan aktivitas penggalangan dana keberatan dengan penetapan biaya komisi sebesar 5% dari total dana terkumpul atas penggunaan *Platform* untuk penggalangan dana. Yang kedua dari sisi pencitraan organisasi menjadi preferensi dalam menunjukan organisasi penggalang dana agar lebih dikenal, namun hal ini minim dapat dilakukan melalui *crowdfunding Platform existing*.

Selain itu terkait model bisnis *existing* yang belum dapat mengakomodir semua segmen penggalang dana (yayasan dan individu). karena dari sisi *system development*, penggunaan tools berupa plugin memerlukan kemampuan khusus dalam implementasi, sehingga dapat memberatkan organisasi penggalang dana yang tidak memiliki tim IT atau anggaran khusus untuk mengelola website. Selain itu, individu juga tidak bisa melakukan penggalangan dana secara mudah dengan tools DonasiAja saat ini karena harus membuat website terlebih dahulu. Dalam mengoperasikan situs penggalangan dana sendiri memerlukan sumber daya yang cukup, sedangkan masih banyak organisasi yang memiliki keterbatasan sumber daya internal tersebut.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut, untuk menjangkau pasar yang lebih luas sebagai suatu *Platform*, memberdayakan ekosistem, mempermudah penggalang dana membuat kampanye penggalangan dan meningkatkan kredibilitas organisasi penggalang dana di mata calon donatur, DonasiAja perlu merancang model bisnis yang dapat diterima oleh para penggalang dana (yayasan/organisasi/individu) tanpa mengesampingkan

kebutuhan donatur. Model bisnis yang dirancang diharapkan untuk menjawab kebutuhan di sisi penggalang dana dan donatur yang merujuk pada skema *two-sided market* dalam model bisnis *Platform*. Selain itu, dari segi layanan yang disediakan perlu ada yang diunggulkan dibanding *Platform existing* sebagai *Unique Selling Point*. Dengan merancang model bisnis yang tepat diharapkan dapat menyelesaikan masalah *chicken & egg problem* yang merupakan tantangan dalam peluncuran suatu platform. Sehingga *Platform* dapat diterima oleh pasar saat diluncurkan dan dapat berkembang nantinya. Merujuk latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian untuk penelitian ini, adalah bagaimana rancangan ekosistem dan model bisnis DonasiAja sebagai *crowdfunding Platform*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun dari tujuan Penelitian yang akan dilakukan antara lain :

- a. Memberikan usulan ekosistem pembentuk *Platform* DonasiAja.
- b. Memberikan usulan model bisnis untuk *crowdfunding Platform* DonasiAja berdasarkan *Platform Business Model Canvas* dari Platform Innovation Kit versi 5.0 Loop 1 (*Discover & Launch*).

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya kepada *Platform Owner* DonasiAja dalam pengambilan keputusan terkait strategi bisnis yaitu dalam menentukan model dan strategi bisnis. Sedangkan dalam bidang akademis, Penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam pendalaman kajian terkait model bisnis untuk *crowdfunding Platform* dan strategi pertumbuhan *Platform*.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam Penelitian yang dilakukan akan ditungkan dalam bentuk laporan Penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dengan masing-masing Bab berisi tentang :

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan secara umum terkait latar belakang Penelitian, objek Penelitian yang dipilih, rumusan masalah, tujuan dan manfaat Penelitian.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang mendukung Penelitian disertai gambaran Penelitian-Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan. Kemudian dilanjutkan dengan kerangka pemikiran Penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode atau pendekatan yang digunakan dalam Penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data untuk mencapai tujuan dari Penelitian. Bab ini meliputi : jenis Penelitian yaitu dengan metode qualitative, pendekatan/*framework* yang digunakan, situasi sosial, pengumpulan data, teknik analisa data dan pengujian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan secara detail mengenai uraian Penelitian yang telah dilakukan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah yang ditetapkan pada bab I, beserta hasil analisa Penelitian yang diuraikan secara sistematis. Secara garis besar terdiri dari dua bagian utama yaitu hasil penelitian dan analisa dari hasil Penelitian. Dari hasil-hasil analisa yang didapatkan akan dibandingkan dengan Penelitian sebelumnya atau teori pendukung, Kemudian ditarik kesimpulan berdasarkan poin-poin pembahasan yang disajikan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban atas pertanyaan Penelitian yang disampaikan pada bab 1, kemudian dengan tambahan saran yang berkaitan dengan manfaat Penelitian baik secara teoritis maupun secara praktis untuk keperluan bisnis.