



USAID
DARI RAKYAT AMERIKA



fhi360
THE SCIENCE OF IMPROVING LIVES



Kajian Pemetaan Filantropi dan Crowdfunding Sebagai Sumber Daya bagi Program dan Keberlanjutan OMS



**Peneliti
Hamid Abidin**

Indonesia untuk Kemanusiaan (IKa)

Jakarta, 26 September 2022

“DISCLAIMER: Penerbitan dokumen ini dimungkinkan berkat dukungan Badan Pembangunan Internasional Amerika Serikat (USAID). Isi dari dokumen ini merupakan tanggung jawab Yayasan Sosial Indonesia untuk Kemanusiaan (IKa) dan tidak sepenuhnya mencerminkan pandangan USAID atau Pemerintah Amerika Serikat.”

DAFTAR ISI

A.	Latar Belakang.....	1
B.	Metodologi Penelitian.....	2
C.	Hasil Pemetaan Lembaga Filantropi	3
C.1.	Profil Lembaga Filantropi Mitra OMS	3
C.2.	Sebaran Lokasi dan Wilayah Kerja Lembaga Filantropi	4
C.3.	Jenis dan Jumlah Dana Filantropi.....	5
C.4.	Bentuk dan Metode Penggalangan Sumbangan.....	7
C.5.	Penyaluran dan Pendayagunaan Sumbangan.....	8
C.6.	Pendekatan Program	9
C.7.	Perluasan Pendayagunaan ZIS (Zakat, Infak dan Sedekah).....	11
C.8.	Kolaborasi dan Kemitraan dengan OMS	11
C.9.	Tantangan Mobilisasi Sumber Daya dan Kemitraan	13
D.	Hasil Pemetaan Crowdfunding.....	14
D.1.	Perkembangan dan Profil Crowdfunding di Indonesia	14
D.2.	Jenis Crowdfunding.....	15
D.3.	Mitra atau Pengguna Crowdfunding.....	16
D.4.	Jenis Program yang Didukung	16
D.5.	Jenis Dana atau Donasi yang Digalang.....	17
D.6.	Kendala dan Tantangan	17
E.	Kebijakan terkait Filantropi dan Mobilisasi Sumber Daya	17
F.	Kesimpulan.....	22
G.	Rekomendasi.....	23
	Daftar Pustaka.....	24
	Informan Penelitian	25
	Lampiran: Daftar Crowdfunding Donasi	25

A. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir filantropi (kedermawanan sosial) di Indonesia tengah berkembang pesat yang ditandai dengan 3 indikator utama. *Pertama*, meningkatnya jumlah lembaga-lembaga filantropi atau yayasan amal. Ratusan yayasan amal bermunculan, mulai dari yayasan keluarga, yayasan perusahaan, yayasan berbasis keagamaan sampai yayasan komunitas. *Kedua*, meningkatnya jumlah sumbangan sosial, baik yang berbentuk dana maupun *inkind* (barang, tenaga, keahlian, jaringan, dan lain-lain) yang berhasil digalang oleh individu, komunitas maupun lembaga sosial atau OMS (organisasi masyarakat sipil). Jumlah sumbangan tersebut mencapai triliunan rupiah per tahun. Menurut laporan survei Outlook Filantropi (2022), jumlah dana filantropi yang disalurkan pada tahun 2020 sebanyak Rp 15,4 triliun. Jumlah ini meningkat 23,05% dibanding tahun sebelumnya (Katadata, 2022)¹. *Ketiga*, makin meluas dan beragamnya pendayagunaan dana sosial sosial. Hal ini tergambar dari beragamnya program-program yang disumbang oleh masyarakat, mulai dari program keagamaan, kebencanaan, penyantunan dan pelayanan sosial sampai ke program pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, pelestarian lingkungan, pemberdayaan ekonomi sampai penyediaan bantuan hukum dan advokasi kebijakan.

Organisasi-organisasi filantropi juga berperan besar dalam membantu mengatasi persoalan sosial melalui mobilisasi dan distribusi sumber daya (dana, barang, tenaga, keahlian, dll). Tak heran laporan World Giving Index (WGI) Tahun 2022 yang dirilis oleh CAF (Charity Aid Foundation) menempatkan Indonesia sebagai negara paling dermawan di dunia². WGI menilai dari 3 indikator yakni menyumbang uang, menyumbang pada orang asing/tidak dikenal dan partisipasi dalam kegiatan kerelawanan. Laporan WGI menyatakan 84% orang Indonesia berdonasi dalam bentuk uang pada tahun 2021, jauh lebih tinggi dari skor rata-rata global yaitu 35%. Sedangkan warga Indonesia yang terlibat dalam kegiatan kerelawanan mencapai 63% atau hampir tiga kali lebih besar dari angka rata-rata global yaitu 23%. Sementara warga yang menyumbang untuk orang asing berjumlah 58%, sedikit lebih rendah dari angka rata-rata global (62%). Tingginya tingkat kedermawanan Indonesia ini menunjukkan bahwa kepedulian sosial, solidaritas dan semangat gotong royong di Indonesia semakin tumbuh serta menghasilkan dukungan terhadap aktivitas filantropi.

Tingginya tingkat kedermawanan masyarakat itu telah mendorong berkembangnya kegiatan penggalangan dan pendistribusian dana sosial dan sumber daya lainnya. Upaya-upaya penggalangan dana (*fundraising*) dilakukan di berbagai tempat oleh berbagai macam organisasi, terutama di waktu-waktu tertentu, seperti ketika terjadi bencana alam atau hari-hari besar keagamaan. Kegiatan penggalangannya pun tidak lagi dilakukan dengan cara-cara konvensional, tapi sudah mengarah pada filantropi modern. Pandemi COVID-19 yang membatasi interaksi dan mobilitas warga juga mempercepat transformasi kegiatan filantropi konvensional ke digital. Kegiatan penggalangan donasi dengan menggunakan media dan platform digital atau *crowdfunding* menjadi salah satu pilihan bagi lembaga filantropi untuk menggalang donasi publik untuk mendanai program dan keberlanjutan organisasi. *Crowdfunding* telah berkembang pesat karena kecepatan, jangkauan dan kemudahannya dalam menggalang dukungan publik.

Besarnya potensi filantropi memunculkan harapan bagi para pegiat OMS (organisasi masyarakat sipil) untuk menggarapnya secara serius agar bisa menjadi alternatif sumber pendanaan organisasi. Apalagi

¹ Katadata.co.id, 6 Juni 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/02/penyaluran-dana-filantropi-di-ri-tembus-rp15-triliun-pada-2020>

² Laporan lengkap World Giving Index 2022 bisa diakses di https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-research/caf_world_giving_index_2022_210922-final.pdf

pendayagunaan sumbangan juga mulai meluas pada program-program non-karitatif yang menjadi garapan OMS. Kemitraan yang dikembangkan dan melibatkan lembaga filantropi dan OMS juga bisa menjadi modal yang krusial dalam menggalang dukungan masyarakat. Terlebih sumber pendanaan dari lembaga donor yang selama ini menjadi sumber utama pendanaan OMS mulai menurun jumlahnya seiring dengan masuknya Indonesia menjadi anggota G-20.

B. Metodologi Penelitian

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana lembaga filantropi dan *crowdfunding* bisa menjadi alternatif pendanaan program dan keberlanjutan OMS di Indonesia. Lebih lanjut, penelitian ini akan melakukan eksplorasi secara detil terkait:

- 1) Peta lembaga filantropi dan *crowdfunding* yang memberikan dukungan dan sumber daya untuk pendanaan program dan keberlanjutan OMS.
- 2) Jenis, jumlah dan skema dukungan yang diberikan lembaga filantropi dan *crowdfunding* untuk pendanaan program dan keberlanjutan OMS.
- 3) Program-program prioritas yang didukung oleh lembaga filantropi dan *crowdfunding*.
- 4) Tantangan dan hambatan OMS dalam menggalang dukungan dan menjalin kemitraan dengan lembaga filantropi dan *crowdfunding*.
- 5) Merumuskan rekomendasi mengenai upaya-upaya peningkatan kolaborasi antara lembaga filantropi dan *crowdfunding* dengan OMS khususnya terkait dengan isu-isu prioritas, strategi-strategi aksi yang relevan, serta model intervensi dan pendekatan yang tepat dalam konteks Indonesia

Untuk mencapai tujuan ini dan memandu proses pengumpulan data dan analisis, penelitian akan dipandu dengan pertanyaan penelitian berikut ini:

- Bagaimana peta lembaga filantropi dan *crowdfunding* yang berpotensi memberikan dukungan sumber daya dan menjadi mitra OMS dalam pendanaan program OMS?
- Program-program apa saja yang menjadi prioritas untuk didukung oleh lembaga filantropi dan *crowdfunding*?
- Bagaimana mekanisme dan skema dukungan yang diberikan lembaga filantropi dan *crowdfunding* untuk pendanaan program dan keberlanjutan OMS?
- Apa saja tantangan dan hambatan OMS dalam menggalang dukungan dan menjalin kemitraan dengan lembaga filantropi dan *crowdfunding*?
- Upaya-upaya apa saja yang perlu dilakukan dalam peningkatan kolaborasi antara lembaga filantropi dan *crowdfunding* dengan OMS khususnya terkait dengan isu-isu prioritas, strategi-strategi aksi yang relevan, serta model intervensi dan pendekatan yang tepat dalam konteks Indonesia?

Metode penelitian

Penelitian ini akan dilakukan menggunakan metode deskriptif mendalam (*thick description*) dengan pendekatan kualitatif.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dua metode utama, yakni:

a. Kajian Pustaka

Peneliti melakukan kajian baik pustaka global dan dalam negeri terkait filantropi Indonesia, *crowdfunding*, serta isu mobilisasi sumber daya dan keberlanjutan keuangan dan OMS.

b. Wawancara

Subjek penelitian untuk wawancara difokuskan pada institusi/lembaga yang terkait dengan upaya penggalangan dukungan dan kemitraan untuk mendukung pendanaan program dan keberlanjutan OMS di Indonesia, yakni:

- 1) Lembaga filantropi yang berperan sebagai donor maupun intermediasi
- 2) *Crowdfunding* sebagai mitra penggalangan sumber daya
- 3) OMS, khususnya mitra Madani, sebagai penggalang sumber daya dan pelaksana program

Informan penelitian adalah pengurus dan staf lembaga filantropi, *crowdfunding* dan OMS yang terlibat dan berperan penting dalam kegiatan kemitraan dan penggalangan sumber daya untuk pendanaan program dan keberlanjutan OMS

C. Hasil Pemetaan Lembaga Filantropi

C.1. Profil Lembaga Filantropi Mitra OMS

Dalam beberapa tahun terakhir, puluhan lembaga filantropi lahir di Indonesia. Sebagian muncul karena dorongan dan minat para pendirinya untuk ikut berkiprah dalam mengatasi masalah sosial. Sebagian lainnya lahir karena terdorong untuk memanfaatkan dan mengoptimalkan kegiatan kedermawanan yang tengah berkembang pesat. Jika dilihat dari pendiri atau inisiatornya, secara umum lembaga filantropi di Indonesia bisa dibagi menjadi 4 jenis³ sebagai berikut:

- **Yayasan keluarga**, yaitu lembaga filantropi yang didirikan dan didanai oleh sebuah keluarga dan umumnya menjalankan visi-misi dari keluarga pendiri.
- **Yayasan perusahaan**, lembaga filantropi yang didirikan dan mendapat pendanaan utama dari perusahaan dan umumnya berkaitan erat dengan visi-misi perusahaan. Dalam banyak kasus perusahaan juga memiliki yayasan atau organisasi terpisah yang mengelola secara khusus dana filantropi perusahaan. Sebaliknya ada juga perusahaan yang menempatkan dana filantropi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dengan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- **Yayasan keagamaan**, yaitu lembaga filantropi yang didirikan oleh individu atau organisasi agama dan mendapatkan pendanaan utama dari dana yang terkait ajaran dan aktivitas keagamaan.
- **Yayasan independen**, yayasan yang didirikan oleh individu, komunitas dan kelompok tertentu yang tidak berafiliasi dengan keluarga, perusahaan atau agama tertentu, serta mendapatkan dukungan pendanaan dari donasi individu dan institusi.

Jika ditilik dari fungsi dan peran dijalankan, lembaga-lembaga filantropi tersebut bisa dikategorikan sebagai:

- **Lembaga donor/grantmaking**, merupakan lembaga filantropi yang memiliki sumber dana/daya yang berasal dari warisan keluarga atau sumbangan perusahaan pendiri perusahaan dan menyalurkan dana tersebut kepada organisasi yang lebih kecil atau menyalurkan langsung ke masyarakat.
- **Lembaga perantara/intermediary**, merupakan lembaga filantropi yang menggalang dana/daya dari pihak lain (masyarakat, perusahaan, lembaga filantropi lain atau pemerintah) yang kemudian menyalurkannya kepada organisasi yang lebih kecil.

³ Kategorisasi lembaga Filantropi mengacu pada pengelompokan yang dikembangkan oleh WINGS (Worldwide Initiatives for Grantmaker Support) yang juga diadaptasi oleh Perhimpunan Filantropi Indonesia dalam penyusunan dalam penyusunan direktori lembaga filantropi di Indonesia. Lihat <https://filantropi.or.id/direktori/>

- **Lembaga pelaksana/implementor**, lembaga filantropi yang menggalang dana/daya dari pihak lain (masyarakat, perusahaan, lembaga filantropi lain atau pemerintah) untuk program yang dijalankan lembaga.

Tidak ada informasi resmi mengenai jumlah lembaga filantropi yang eksis dan beroperasi di Indonesia. Hal ini dikarenakan tidak adanya sistem registrasi khusus untuk lembaga filantropi—seperti di negara Inggris misalnya. Sebagian besar lembaga filantropi berbadan hukum yayasan, sementara tidak semua yayasan menjalankan peran sebagai lembaga filantropi. Jika di negara-negara lain lembaga filantropi dibatasi pada lembaga-lembaga yang menjalankan peran sebagai donor dan *intermediary*, Perhimpunan Filantropi Indonesia memasukkan lembaga yang berperan sebagai pelaksana program sebagai lembaga filantropi sehingga makin menyulitkan untuk membedakan lembaga filantropi dengan OMS lainnya. Laporan Indonesia Philanthropy Outlook 2022 mengidentifikasi 224 organisasi filantropi yang berpartisipasi dalam penelitian tersebut. Tentu jumlah lembaga filantropi yang eksis jauh lebih besar dari jumlah yang tercatat di penelitian tersebut.

Berkaitan dengan muncul dan berkembangnya lembaga-lembaga filantropi ini, ada beberapa tren atau kecenderungan yang berdampak terhadap potensi kemitraan filantropi dengan OMS. *Pertama*, meningkatnya jumlah lembaga berbasis keagamaan, khususnya amil zakat, yang bergabung dengan asosiasi organisasi lintas iman dan lintas sektor yang berdampak pada praktik filantropi yang lebih inklusif. *Kedua*, meningkatnya kerja sama lembaga filantropi lintas iman atau dengan OMS dalam penyaluran dan pendayagunaan sumbangan. *Ketiga*, berkurangnya lembaga filantropi yang berperan sebagai *intermediary*, khususnya LSM internasional yang beroperasi di Indonesia. Sebagian besar dari mereka berubah menjadi yayasan lokal dan meninggalkan perannya sebagai *intermediary* dan berubah menjadi *implementing organization* atau organisasi pelaksana program. Namun, di sisi lain, ada fenomena positif lainnya di mana beberapa lembaga amil zakat mulai mencoba menjalankan peran sebagai *intermediary* dengan menyalurkan hibah ke beberapa OMS dan menjalankan mekanisme *open proposal* dengan menawarkan hibah ke OMS dan komunitas.

C.2. Sebaran Lokasi dan Wilayah Kerja Lembaga Filantropi

Laporan Indonesia Philanthropy Outlook 2022 menggambarkan bahwa sebagian besar lembaga filantropi masih terkonsentrasi di Pulau Jawa, khususnya di Jakarta (lihat Grafik 1). Namun, di beberapa wilayah di luar pulau Jawa mulai muncul lembaga-lembaga filantropi yang beroperasi dan menggalang serta menyalurkan sumbangan di daerah tersebut dan wilayah sekitarnya. Hal ini menjadi salah satu kecenderungan positif mengingat beberapa tahun sebelumnya belum banyak terdengar kiprah organisasi filantropi di luar Jawa.

Laporan itu juga mencatat bahwa hampir separuh dari jumlah lembaga filantropi yang dikaji memiliki ruang lingkup atau jangkauan program secara nasional atau menjangkau hampir semua wilayah di Indonesia. Perluasan wilayah kerja ini dilakukan selain melalui perluasan program di berbagai daerah, juga melalui pembukaan kantor cabang di berbagai wilayah yang dinilai potensial menggalang dukungan dan sumber daya. Salah satu lembaga filantropi yang banyak melakukan perluasan wilayah program dan pembukaan kantor cabang

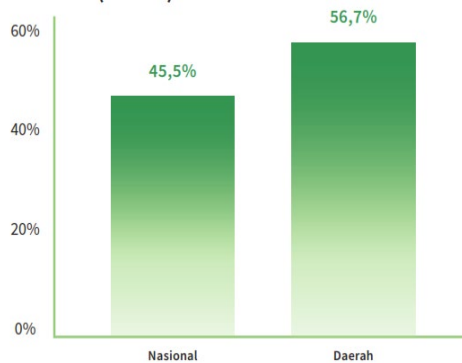
Grafik 1. Peta Persebaran Organisasi Filantropi



Sumber: Indonesia Philanthropy Outlook (2022)

adalah lembaga filantropi Islam atau LAZ (lembaga amil zakat). Sementara 56% lainnya memilih memfokuskan pada penyaluran dan pendayagunaan sumbangannya di daerah dan wilayah sekitarnya.

Grafik 2. Wilayah Kerja Organisasi Filantropi



Sumber: Indonesia Philanthropy Outlook (2022)

Informan penelitian melihat meluasnya sebaran organisasi dan jangkauan program ini juga berdampak bagi pengembangan kemitraan antara lembaga filantropi dengan OMS lainnya. OMS yang berada di daerah punya peluang dan kesempatan lebih tinggi dalam bermitra karena munculnya lembaga filantropi di daerah atau pelaksanaan program di daerah. Pelaksanaan program di daerah atau pembukaan cabang di daerah juga membuka peluang kemitraan dalam pelaksanaan program karena membutuhkan dukungan dan kapasitas OMS yang memahami info dan kondisi di

daerah. Keberadaan lembaga filantropi di daerah yang umumnya memiliki kompetensi dalam penggalangan donasi publik juga membuka peluang untuk mengembangkan kolaborasi penggalangan donasi untuk program-program yang dikelola OMS di daerah.

C.3. Jenis dan Jumlah Dana Filantropi

Seiring dengan bertambahnya jumlah lembaga-lembaga filantropi dan maraknya kampanye penggalangan sumbangan, jumlah dana sosial atau sumbangan yang digalang lembaga filantropi juga mengalami peningkatan. Secara umum tidak ada data yang lengkap terkait potensi dan jumlah dana filantropi karena tidak ada pendokumentasian yang sistematis atau penelitian yang dilakukan secara spesifik untuk mengetahui hal tersebut. Namun, beberapa penelitian yang dilakukan oleh beberapa lembaga penelitian dan lembaga filantropi bisa memberikan gambaran mengenai potensi dan realisasi dana filantropi. Lihat tabel berikut ini.

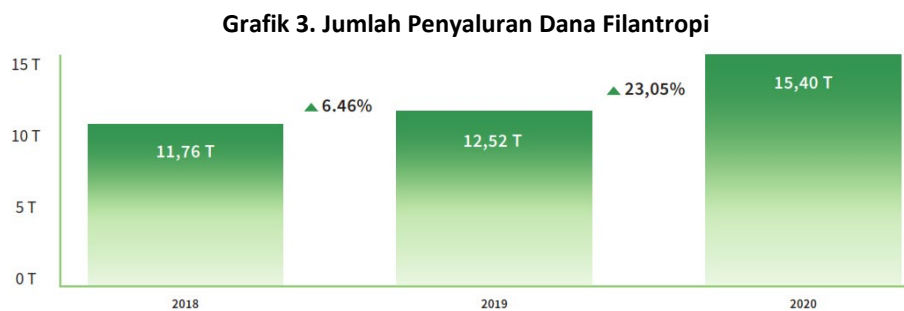
Tabel 1. Potensi dan Realisasi Sumber Dana Filantropi

No.	Sumber Daya filantropi	Jumlah	Sumber Referensi
1.	Potensi Zakat	Rp 340 triliun	PUSKAS BAZNAS (2020)
2.	Realisasi Zakat, Infak & Sedekah (ZIS)	Rp 12 triliun	PUSKAS BAZNAS (2020)
3.	Potensi Zakat, Infak & Sedekah (ZIS)	Rp 30 triliun	PBB UIN Jakarta (2016)
4.	Potensi nilai ekonomi Kurban	Rp 20,5 triliun	IDEAS Dompok dhuafa (2020)
5.	Realisasi kurban	1,5 juta ekor (Rp 10 triliun)	Dirjen PKH Kementan (2019)
6.	Potensi Wakaf tunai/uang	Rp 77 triliun	Bank Indonesia (2018)

7.	Realisasi Wakaf tunai	Rp 200 milyar	Bank Indonesia (2018)
8.	Potensi Wakaf tunai	Rp 3 triliun/ tahun	Mustafa Nasution & Uswatun Hasanah (2005)
9.	Realisasi sumbangan perusahaan	Rp 12,45 triliun	PIRAC & Dompot Dhuafa (2014)
10.	Jumlah sumbangan penanganan COVID-19	Rp 905 milyar	Filantropi Indonesia (2020)

Sumber: Diolah oleh peneliti dari berbagai referensi

Sementara Laporan Indonesia Philanthropy Outlook (2022) mencatat jumlah alokasi dana sosial yang digalang dan disalurkan lembaga filantropi pada 2020 mencapai Rp 15,40 triliun. Jumlah ini lebih besar atau meningkat 23,05% dibanding dana sosial yang disalurkan pada dua tahun sebelumnya, yakni Rp 12,52 triliun (2019) dan Rp 11,76 triliun (2018). Dari total dana yang disalurkan, sebagian besar (lebih dari 75%) berasal dari dana keagamaan, khususnya dana sosial Islam seperti zakat, infak, sedekah dan wakaf (ziswa) yang digalang oleh lembaga filantropi berbasis keagamaan, seperti badan atau lembaga amil zakat.



Sumber: Indonesia Philanthropy Outlook 2022

Jika dilihat dari jenis dana sosial atau sumbangan yang digalang dan disalurkan oleh lembaga filantropi, secara umum ada dua kategori dana, yakni dana yang bersifat umum dan dana yang terkait dengan ajaran keagamaan. Jenis dana filantropi juga bisa dikategorikan menjadi sumbangan individu maupun sumbangan institusi. Dana sosial atau donasi individu umumnya digalang dari masyarakat luas atau dari HNWI (*high net worth individual*) alias orang-orang super kaya yang mewakafkan atau mewariskan hartanya untuk yayasan keluarga atau yayasan sosial. Sementara sumbangan institusi diberikan oleh lembaga, yayasan atau organisasi yang memiliki dan mengelola dana sosial dan disalurkan ke lembaga yang lebih kecil atau langsung ke masyarakat.

Donasi umum biasanya dikelola oleh lembaga filantropi berbasis keluarga, perusahaan, maupun independen. Untuk yayasan keluarga maupun yayasan perusahaan, dana ini umumnya berasal dari sumbangan keluarga pendiri yayasan atau dari penyisihan keuntungan perusahaan yang diserahkan kepada yayasan untuk dikelola, disalurkan kepada organisasi yang lebih kecil atau didayagunakan untuk mendukung program-program yayasan. Sementara yayasan independen umumnya menggalang donasi dari masyarakat, perusahaan, pemerintah atau lembaga donor. Sementara donasi keagamaan umumnya digalang lembaga filantropi berbasis keagamaan, seperti dana ZISWAF (zakat, infak, sedekah dan wakaf) yang digalang oleh lembaga atau badan amil zakat, dana kolekte dan perpuluhan yang digalang lembaga filantropi Kristiani, dana punia oleh lembaga filantropi Hindu, dan sumbangan Dharma yang digalang lembaga filantropi Budha. Namun, beberapa lembaga filantropi keagamaan juga

memperluas basis penggalangan donasinya dengan menggalang sumbangan umum dan sumbangan perusahaan. Sebaliknya, beberapa lembaga filantropi umum juga mulai menggalang donasi keagamaan dengan mengoptimalkan penggalangan ZISWAF dari karyawan perusahaan maupun dari masyarakat umum.

Dari dua jenis sumbangan ini, sumbangan umum lebih mudah digalang oleh OMS mengingat sebagian besar program-program dan kegiatan OMS merupakan program yang bersifat umum. OMS bisa menggalang sumbangan ini dari masyarakat melalui kegiatan *fundraising* maupun dengan memanfaatkan platform *crowdfunding*. OMS juga bisa menggalang donasi umum ini melalui kerja sama dengan Lembaga-lembaga filantropi. OMS bisa menjadi penerima hibah atau pelaksana untuk program atau kegiatan yang mereka kampanyekan atau menggalang dukungan dari masyarakat. Namun demikian, tidak menutup kemungkinan bagi OMS untuk menggalang donasi keagamaan, meski peluang dan kemungkinannya lebih kecil dibanding donasi umum mengingat ada beberapa ketentuan yang membatasi pendayagunaan sumbangan keagamaan. Misalnya, dalam pendayagunaan zakat, ketentuan ini terkait pedoman pendayagunaan zakat yang dikenal sebagai *asnafus samaniyah* (8 asnaf) yang membatasi pendayagunaan zakat untuk isu atau kelompok tertentu. Selain itu, beberapa lembaga amil zakat juga menerapkan ketentuan bahwa zakat hanya bisa disalurkan dan didayagunakan untuk kelompok muslim dan membatasi kerja sama penyalurannya hanya dengan organisasi atau ormas islam.

Peluang dan tantangan dalam pendayagunaan sumbangan keagamaan ini akan dibahas secara khusus dalam sub-bab lainnya.

C.4. Bentuk dan Metode Penggalangan Sumbangan

Salah satu kecenderungan positif dari perkembangan filantropi adalah makin beragamnya metode atau strategi penggalangan sumbangan. Beberapa tahun sebelumnya kegiatan penggalangan sumbangan didominasi oleh kotak amal, *door to door* atau kunjungan dari rumah ke rumah, *face to face* atau *canvassing* di jalanan atau mall, dan metode konvensional lainnya. Namun, kebutuhan dan tantangan untuk memperkuat keberlanjutan lembaga mendorong lembaga filantropi untuk mendiversifikasi sumber dananya sekaligus melakukan inovasi dalam penggalangan sumbangan. Diversifikasi metode penggalangan sumbangan ini utamanya didorong oleh berkembangnya teknologi digital dan transaksi keuangan digital.

Meningkatnya peran dan keterlibatan kaum muda dalam kegiatan filantropi juga berdampak pada metode penggalangan sumbangan. Sebagian mereka mendirikan yayasan atau organisasi berbasis komunitas untuk mengembangkan berbagai program sosial, sebagian lainnya menjadi pendukung, relawan dan donatur di berbagai organisasi sosial. Keterlibatan kaum muda dalam kegiatan filantropi ini mengubah peta dan pola filantropi di Indonesia. Masuknya anak muda dalam kegiatan filantropi juga mendorong berkembangnya berbagai metode dalam menyumbang dan menggalang sumbangan. Berbeda dengan kegiatan filantropi generasi sebelumnya, inisiatif sosial kemanusiaan dan pemberdayaan yang dilakukan kaum muda ini umumnya dilakukan melalui komunitas dengan memanfaatkan teknologi informasi dan budaya pop (music, film, dan lain sebagainya). Para pelaku filantropi milenial yang berlatar belakang enterpreuneur, ahli IT, pekerja seni, dan pegiat sosial ini juga berusaha untuk mengemas program filantropi agar terlihat lebih populer, menyenangkan serta mengandung aspek pemberdayaan ekonomi.

Studi pendahuluan yang dilakukan PIRAC⁴ mengidentifikasi ada 2 komunitas anak muda yang terlibat

⁴ Temuan sementara dalam penelitian PIRAC, 2022. Proses penelitian masih berlangsung dan laporannya diharapkan bisa dipublikasikan awal tahun 2023.

dalam kegiatan filantropi. *Pertama*, komunitas anak muda yang menekuni hobi yang menjalankan kegiatan filantropi di sela-sela aktivitas rutin terkait hobi yang ditekuni. Misalnya, pada saat hari ulang tahun komunitas, hari raya keagamaan atau pada saat terjadi bencana. *Kedua*, komunitas yang secara khusus didirikan anak muda untuk menjalankan kegiatan Filantropi atau inisiatif sosial. PIRAC mengidentifikasi lebih dari 100 komunitas yang dirancang untuk menjalankan kegiatan kedermawanan. Misal, komunitas berbagi nasi, komunitas sedekah berjamaah, komunitas sedekah air, komunitas *street feeding*, dan lain-lain. Mereka umumnya tidak berbadan hukum dan mengembangkan inisiatifnya melalui interaksi di dunia maya, khususnya di media sosial. Mereka juga menggalang dukungan dengan berkampanye memanfaatkan media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Tiktok atau melalui platform *crowdfunding*. Beberapa organisasi sosial menggandeng komunitas-komunitas ini untuk berkolaborasi dalam mengembangkan kegiatan filantropi di daerah tertentu⁵.

Salah satu dampak dari pandemi COVID-19 terhadap sektor filantropi adalah percepatan atau akselerasi transformasi dari filantropi konvensional ke digital. Pandemi membuat lembaga filantropi tidak bisa menjalankan kegiatan penggalangan donasi (*fundraising*) secara konvensional karena adanya kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang kemudian berubah menjadi PPMK (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat), Kebijakan ini membatasi interaksi dan mobilisasi masyarakat. Kondisi ini mendorong lembaga filantropi memanfaatkan berbagai platform digital untuk berkampanye dan menggalang sumbangan. Lembaga filantropi kemudian memanfaatkan beberapa layanan *fintech (financial technology)* untuk menggalang dukungan, seperti *crowdfunding, mobile payments*, media sosial dan lain sebagainya sebagai perangkat sekaligus inovasi dalam menggalang donasi.

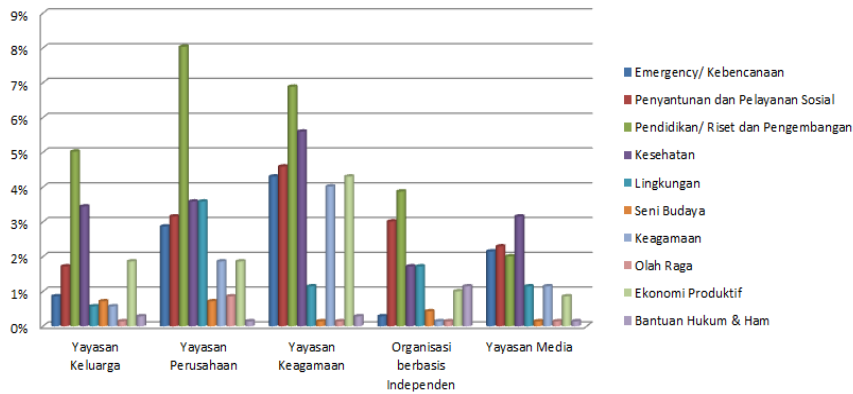
C.5. Penyaluran dan Pendayagunaan Sumbangan

Seperti tren yang terjadi di negara-negara Asia lainnya, tren penyaluran dan pendayagunaan dana sumbangan di Indonesia masih didominasi untuk program-program atau kegiatan yang terkait dengan ajaran keagamaan, kebencanaan dan penyantunan atau pelayanan sosial. Hal ini bisa kita lihat dari isu atau topik kampanye penggalangan sumbangan yang dilakukan oleh berbagai lembaga filantropi atau lembaga sosial, baik yang digelar secara *offline* maupun *online*. Hal ini bisa dipahami mengingat perilaku menyumbang masyarakat Indonesia banyak dipengaruhi oleh ajaran keagamaan. Hal ini yang juga mendorong lembaga-lembaga filantropi menawarkan program-program yang terkait dengan ajaran agama karena dinilai lebih mudah mendapatkan dukungan masyarakat.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir ada tren yang positif di sektor filantropi terkait meluasnya pendayagunaan sumbangan. Pendayagunaan dana dan sumber daya filantropi mulai bergeser dan meluas ke berbagai program non-karitatif. Pergeseran dan perluasan pendayagunaan sumbangan ini tergambar dalam laporan *Indonesia Philanthropy Outlook 2022*. Dalam beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya, salah satunya penelitian PIRAC (2019), menyatakan bahwa program pendidikan, kesehatan, kebencanaan, keagamaan dan pelayanan sosial menjadi lima program yang banyak didukung oleh lembaga filantropi. Program-program ini juga banyak ditemui di berbagai kampanye dan publikasi lembaga-lembaga filantropi, khususnya lembaga filantropi berbasis keagamaan maupun filantropi perusahaan.

⁵ Proses penelitian masih berlangsung dan laporannya diharapkan bisa dipublikasikan awal tahun 2023.

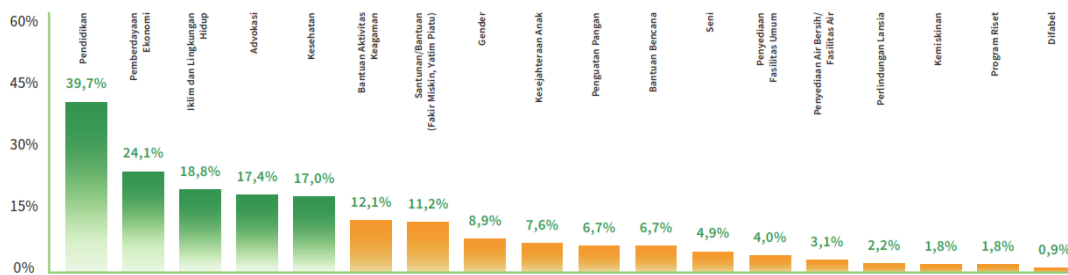
Grafik 4. Program yang didukung lembaga filantropi



Sumber: Penelitian PIRAC (2018)

Namun, dalam tiga tahun terakhir tampaknya ada pergeseran dalam pendayagunaan sumbangan, seperti yang tergambar dalam laporan *Indonesia Philanthropy Outlook 2022*. Laporan tersebut menggambarkan bahwa program pemberdayaan ekonomi, lingkungan dan advokasi mulai masuk ke program yang banyak didukung masyarakat. Tentu ini menjadi angin segar bagi pegiat OMS yang umumnya menggerakkan program-program dengan pendekatan pembangunan sosial dan pemberdayaan masyarakat, seperti pemberdayaan ekonomi, peyediaan layanan bantuan hukum, advokasi kebijakan, dan program-program lainnya.

Grafik 5. Pendayagunaan Masyarakat

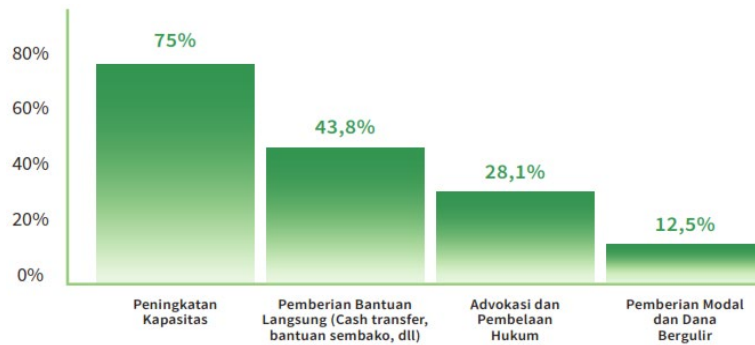


Sumber: *Indonesia Philanthropy Outlook 2022*

C.6. Pendekatan Program

Selain dukungan dana/sumber daya untuk program atau kegiatan yang dilakukan oleh OMS maupun komunitas, tren menarik lainnya yang patut dicermati adalah pendekatan program yang dipilih oleh Lembaga-lembaga filantropi dalam memberikan dukungan kepada OMS, komunitas maupun langsung kepada masyarakat. Sebelumnya, pemberian bantuan langsung menjadi pendekatan yang banyak dipilih oleh sebagian besar lembaga filantropi. Namun, laporan *Indonesia Philanthropy Outlook 2022* memberikan gambaran bahwa peningkatan kapasitas merupakan pendekatan yang paling banyak dipilih. Di luar itu, mereka juga menjadikan pendekatan advokasi dan pemberian bantuan hukum sebagai pilihan dalam pelaksanaan programnya. Peningkatan kapasitas sebagai pendekatan yang banyak dipilih ini juga bisa jadi potensi pendanaan dan peluang kemitraan bagi OMS yang punya kapasitas fasilitasi dan menyelenggarakan berbagai pelatihan untuk peningkatan kapasitas masyarakat.

Grafik 6. Pendekatan program



Sumber: Indonesia Philanthropy Outlook (2022)

Pilihan advokasi dan pembelaan hukum juga menarik untuk dicermati. Informasi ini selaras dengan hasil penelitian PIRAC (2018) mengenai dukungan lembaga filantropi untuk program bantuan hukum dan advokasi. PIRAC mencatat 47% lembaga filantropi yang menjadi informan menyatakan pernah membantu program advokasi dan bantuan hukum, sisanya 53% menyatakan belum pernah. Khusus untuk program bantuan hukum rakyat miskin, ada 37% lembaga filantropi menyatakan sudah pernah mendukung, 8% menyatakan belum pernah mendukung namun ada ketertarikan, sementara 55% menyatakan tidak tertarik. Bagi lembaga filantropi yang pernah mendukung program bantuan hukum, 27,5% menyatakan target sasaran program bantuan hukum yang didukung ini ditujukan untuk warga miskin, 13,7% untuk perempuan dan disabilitas, 11,8% untuk kelompok anak, 9,8% untuk kelompok agama/keyakinan minoritas selebihnya untuk masyarakat adat, kelompok lanjut usia, LGBT (lesbian, gay, biseksual dan transgender), dan lainnya.

Sementara jika ditilik dari bentuk bantuan hukum yang diberikan oleh lembaga filantropi, sebanyak 31% adalah konsultasi hukum, 28,6% bantuan penyediaan pengacara/lawyer, 16,7% menghubungkan pada organisasi bantuan hukum lain dan bantuan dana. Lembaga filantropi lebih menyukai jenis bantuan hukum pada non-litigasi (61%) dan hanya 39% lembaga filantropi yang memberikan bantuan pada kasus litigasi. Sedangkan terkait jumlah atau nilai dukungan untuk program bantuan hukum, 39% lembaga filantropi mengalokasikan kurang dari Rp 100 juta, 28% lainnya menyatakan belum ada pengalokasian budget khusus, 11% mengalokasikan antara Rp 100 juta – Rp 500 juta dan 22% lembaga filantropi mengaku mengalokasikan lebih dari Rp 1 milyar.

Mengapa mereka tertarik mendukung program bantuan hukum bagi rakyat miskin? 36% responden beralasan karena ingin berkontribusi pada penyelesaian persoalan masyarakat. 24% menyatakan program bantuan hukum sesuai dengan visi misi lembaga, dan 16% ingin berkontribusi terhadap UU No. 16 tahun 2011 tentang Bantuan Hukum. Sementara alasan lain yang dikemukakan: sesuai dengan kebutuhan organisasi (9%), bagian dari strategi perusahaan/lembaga (4%) dan alasan-alasan lainnya (11%). Sedangkan lembaga filantropi yang tidak mendukung program bantuan hukum beralasan karena program bantuan hukum bukan prioritas lembaga, tidak ada mandat lembaga untuk menjalankan program bantuan hukum dan alasan lainnya, masing-masing memiliki prosentase yang sama (44%). Sementara alasan-alasan lain yang dikemukakan adalah isu advokasi dan bantuan hukum terlalu sensitif dan tidak memiliki manfaat langsung terhadap lembaga (masing-masing 18%) dan karena isu advokasi dan bantuan hukum memiliki citra buruk (15%).

C.7. Perluasan Pendayagunaan ZIS (Zakat, Infak dan Sedekah)

Salah satu tren positif dari perkembangan filantropi adalah perluasan pendayagunaan ZIS (zakat, infak dan sedekah) yang dikenal sebagai sumbangan keagamaan untuk program-program non keagamaan. Pendayagunaan ZIS, khususnya zakat, selama ini cukup ketat dan terbatas pada program-program keagamaan dan penyantunan. Pendayagunaan zakat juga mengacu pada ketentuan atau pedoman fikih yang mengatur pemanfaatannya untuk 8 kelompok (*asnafus tsamaniyah*) penerima zakat, yakni fakir, miskin, amil (pengelola zakat), *muallaf* (orang yang baru masuk islam), *gharim* (orang yang berhutang), *riqab* (budak) dan *ibnu sabil* (musafir yang kehabisan bekal) dan *fii sabilillah* (berjuang di jalan Allah). Sayangnya, delapan *asnaf* ini dalam pendayagunaannya dimaknai sebagai “orang” atau “kelompok” bukan soal isu atau persoalan sosial yang menjadi penyebab (misalnya kemiskinan, kefakiran, dll.) sehingga pendekatan yang banyak dipilih adalah penyantunan dan pelayanan sosial, seperti menyantuni fakir miskin, memberi bantuan pada orang yang berhutang, dan lain-lain.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir ada upaya untuk memperluas pendayagunaan ZIS untuk program-program di luar keagamaan dan penyantunan. Upaya ini dilakukan oleh para pegiat zakat sendiri maupun dari kalangan OMS. Misalnya, BAZNAS bersama filantropi Indonesia membuat terobosan untuk mendorong pendayagunaan zakat bagi program-program terkait sustainable development goals (SDGs) dengan merumuskan “Fikih Zakat on SDGs”. BAZNAS juga memelopori pemanfaatan dana zakat untuk program-program SDGs, seperti mendukung pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Mikro Hidro (PLTMH) di Jambi bekerja sama dengan UNDP. Dompot Dhuafa, salah satu Lembaga pengelola zakat yang paling progresif, juga mencoba memperluas pendayagunaan ZIS dengan mendukung beberapa program OMS. Misalnya, Dompot Dhuafa berkolaborasi dengan ICW menggalang ZIS untuk pendidikan anti-korupsi. Berkolaborasi dengan YAPPIKA-ActionAid, Dompot Dhuafa juga menggalang donasi untuk perbaikan tata kelola dan pencegahan korupsi di sekolah. Selain itu, Dompot Dhuafa juga bekerja sama dengan YLKI menggalang dan mendayagunakan ZIS untuk program pemberdayaan konsumen, khususnya isu keamanan pangan.

Sementara beberapa OMS juga tercatat melakukan upaya untuk memperluas pemanfaatan ZIS untuk program-program yang dilakukan melalui kampanye penggalangan ZIS. Misalnya, Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta mengkampanyekan program “Zakat untuk Bantuan Hukum”. Sementara Suara Kita yang bergerak di isu transgender juga mencoba menggalang ZIS untuk membantu transpuan lansia. Terbentur dengan masih maraknya kontroversi masalah transgender, mereka menyamakan programnya menjadi JAKAT (Jalinan Kasih Transpuan). Inisiatif serupa juga pernah dilakukan pengelola Pundi Perempuan yang mengkampanyekan penyaluran zakat untuk membantu dukungan pendanaan bagi rumah aman perempuan (*woman crisis center*).

C.8. Kolaborasi dan Kemitraan dengan OMS

Para pengelola lembaga filantropi maupun *crowdfunding* memiliki pandangan bahwa kolaborasi, baik antar lembaga filantropi, maupun lembaga filantropi dengan OMS, pemerintah, dan organisasi lainnya merupakan hal yang penting dan menjadi salah satu cara dan solusi dalam rangka mengefektifkan penggunaan sumber daya dan kapasitas organisasi yang juga terbatas. Kolaborasi juga bisa menjadi sarana untuk menyatukan keterampilan masing-masing sektor yang berbeda secara efektif.

Secara umum pegiat filantropi dan *crowdfunding* yang diwawancarai mengaku pernah bekerja sama dengan OMS. Hal yang sama juga disampaikan informan dari kalangan pegiat filantropi yang mengaku memiliki pengalaman bekerja sama dengan lembaga filantropi, perusahaan maupun *crowdfunding*. Kerja sama tersebut dilakukan dalam beberapa bentuk atau skema, di antaranya:

- Penyaluran bantuan/donasi (OMS membantu menyalurkan bantuan yang diberikan atau digalang lembaga filantropi)
- Pelaksanaan program (OMS menjadi pelaksana program dari lembaga filantropi)
- Penyediaan data dan informasi (OMS membantu penelitian dan pengumpulan data yang dibutuhkan untuk pengembangan organisasi dan program lembaga filantropi)
- Sosialisasi atau kampanye untuk isu atau program tertentu (OMS membantu mengkampanyekan isu atau program tertentu kepada masyarakat)
- *Assessment dan engagement* (OMS membantu lembaga filantropi melakukan komunikasi dan mengidentifikasi kebutuhan dan persoalan yang dihadapi masyarakat)
- Penggalangan donasi bersama (OMS bekerja sama dengan lembaga filantropi melakukan kampanye penggalangan donasi kepada publik/masyarakat)
- Monitoring dan evaluasi program (OMS membantu melakukan monitoring dan evaluasi program yang dilaksanakan atau didanai oleh lembaga filantropi)

Dari berbagai bentuk kerja sama yang dilakukan, “pelaksana program” merupakan bentuk kerja sama yang sering dan banyak dilakukan oleh lembaga filantropi dan OMS. Hal ini tidak lepas dari peran OMS yang sebagian besar memang berperan sebagai *implementing organization* atau organisasi pelaksana program. Bentuk kerja sama ini juga banyak dipilih berkaitan dengan kapasitas yang dimiliki para pegiat OMS yang sudah terbiasa mengelola dan melaksanakan program. Beberapa pengelola filantropi yang menjadi informan menjelaskan bahwa bentuk-bentuk kerja sama lainnya sebenarnya terbuka lebar dan berpeluang untuk diakses oleh OMS. Sayangnya, peluang itu kurang dimanfaatkan karena beberapa OMS tidak punya pemahaman dan kapasitas terkait kerja sama tersebut. Dalam menawarkan kerja sama OMS cenderung menasar dan menarget dana sosial atau sumbangan lembaga filantropi, padahal ada banyak bentuk dukungan dan skema kerja sama yang bisa dilakukan.

Beragam skema kerja sama juga dipraktikkan oleh beberapa OMS yang menjadi mitra Madani. LKTS (Lembaga Kajian untuk Transformasi Sosial) di Boyolali misalnya, mereka bekerja sama untuk penyaluran bantuan dari Pertamina dengan mengarahkan dan merekomendasikan kelompok masyarakat yang menjadi penerima manfaat. LKTS juga berperan membantu BAZNAS melakukan komunikasi dengan masyarakat untuk mengidentifikasi kebutuhan dan persoalan yang dihadapi sehingga program yang dijalankan tepat sasaran. Lembaga ini juga tengah menjajaki kerja sama dalam pelaksanaan riset kepuasan donatur dan penerima manfaat program BAZNAS. Sementara Yayasan Paramitra di Malang, membantu menjalankan *assessment dan engagement* saat bekerja sama dengan Pertamina dalam pengembangan program pemberdayaan masyarakat untuk akses sumber air. Lembaga ini juga menjadi pelaksana kegiatan sosial dari beberapa perusahaan, seperti PLTU Paiton, Semen Gresik, TPPI Plant Tuban, Pusat Pembangkit Listrik Jawa Bali di Malang. Kegiatan yang dikerjasamakan umumnya kegiatan jangka pendek berbasis kegiatan, seperti bakti sosial, operasi katarak atau pelatihan untuk tenaga Kesehatan. Sementara Yayasan Daun Hijau Bogor juga tengah menjajaki kerja sama dengan skema pelaksana program dengan BAZNAS dan Indonesia Power⁶.

Kerja sama yang dilakukan OMS dengan lembaga filantropi maupun perusahaan umumnya bersifat jangka pendek. Kerja sama dilakukan untuk satu kali kegiatan. Karena itu, dukungan filantropi atau perusahaan tidak bisa diharapkan untuk mencukupi operasional atau keberlanjutan OMS. Kecuali jika OMS mendapatkan dukungan atau kerja sama untuk menjalankan program jangka panjang lembaga filantropi atau program *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan, seperti program pendampingan masyarakat binaan atau pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dukungan semacam ini

⁶ Wawancara dengan pengurus dan staf Yayasan Paramitra, LKTS dan Yayasan Daun Hijau Madani.

bisa diraih jika OMS sudah menjalin kerja sama secara rutin dan dipercaya sebagai mitra atau melalui mekanisme tender dan *open proposal* yang ditawarkan oleh perusahaan atau lembaga filantropi.

C.9. Tantangan Mobilisasi Sumber Daya dan Kemitraan

Upaya untuk memahami dan mendeskripsikan berbagai tantangan dan hambatan yang dihadapi OMS dalam mobilisasi sumber daya dan mengembangkan kemitraan dilakukan dengan mengkaji berbagai dokumen yang terkait isu tersebut yang kemudian diperkaya dengan melakukan wawancara dengan OMS mitra MADANI dan pengelola lembaga filantropi.

Dari hasil wawancara dengan pegiat filantropi maupun OMS, ada beberapa tantangan dan hambatan yang ditemui dalam melakukan kerja sama:

Internal OMS

- OMS belum bisa melakukan perubahan dan penyesuaian kultur, struktur dan mekanisme kerja organisasi untuk menghadapi donatur dan mitra yang berbeda serta perubahan dan perkembangan mobilisasi sumber daya.
- Minimnya komitmen, dukungan dan investasi SDM dan sumber daya pada upaya mobilisasi sumber daya dan kemitraan dengan lembaga filantropi, perusahaan dan stakeholder lainnya.
- OMS kurang memahami mekanisme kerja, skema kemitraan dan bentuk-bentuk dukungan yang diberikan lembaga filantropi.
- Minimnya kesempatan untuk belajar bersama dan mempraktikkan pemahaman dan keterampilan terkait *fundraising* dan menjalin kemitraan dengan lembaga filantropi, perusahaan, pemerintah/pemda dan lembaga lainnya.
- Visi misi dan nilai-nilai organisasi yang dinilai membatasi dan tidak memungkinkan untuk bekerja sama dengan semua lembaga filantropi atau perusahaan.
- Persepsi negatif terhadap perusahaan maupun lembaga filantropi yang berbasis perusahaan maupun keluarga.
- Tidak terbiasa dan *reluctant* dengan kerja sama yang berbau promosi dan *branding*.

Internal lembaga filantropi dan perusahaan

- Keterbatasan sumber daya yang tidak memungkinkan bermitra dengan pihak lain.
- Keterbatasan ruang lingkup wilayah dan cakupan program sehingga tidak memungkinkan mendukung program di luar isu dan wilayah yang sudah ditetapkan.
- Program yang sifatnya *direct giving* dan berorientasi jangka pendek sehingga tidak diperlukan kemitraan dengan pihak lain.
- Dana operasional yang terbatas dari hasil penggalangan dukungan masyarakat dan kemitraan dengan perusahaan atau lembaga lain sehingga tidak bisa dibagi dengan OMS sebagai mitra lainnya.
- Visi misi dan nilai lembaga yang dinilai berbeda dan tidak memungkinkan untuk bekerja sama.
- Kurang memahami dan menghargai independensi OMS.
- Kurang memahami dan menerima kultur dan cara kerja yang berbeda.
- Persepsi dan pandangan miring terhadap sepak terjang OMS.

Faktor eksternal lembaga filantropi maupun OMS

- Pola perilaku menyumbang masyarakat yang didominasi sumbangan keagamaan, kebencanaan dan penyantunan.

- Regulasi dan kebijakan terkait filantropi dan mobilisasi sumber daya yang tidak mendukung program jangka Panjang dan terjadinya kemitraan (UU penggalangan sumbangan, dll).
- Minimnya fasilitas, apresiasi atau insentif dari pemerintah yang bisa mendorong terjadinya kemitraan OMS dengan lembaga filantropi, perusahaan dan stakeholder lainnya.

D. Hasil Pemetaan Crowdfunding

D.1. Perkembangan dan Profil Crowdfunding di Indonesia

Era industry 4.0 ditandai dengan otomatisasi yang terintegrasi dengan internet yang menjadi kunci komunikasi dan transaksi di semua sektor, tak terkecuali sektor nirlaba atau non-profit di berbagai belahan dunia. Otomatisasi memberikan dampak positif di antaranya kecepatan dalam mengakses informasi dan pertukaran data yang sangat membantu dalam proses komunikasi, transaksi dan transparansi di sektor nirlaba. Penerapan teknologi informasi di bidang keuangan atau yang dikenal dengan fintech (*financial technology*) sangat membantu berbagai aktivitas, khususnya proses transaksi serta pertukaran data informasi menjadi serba otomatis dan bisa dilakukan hanya sekian waktu yang singkat. Fintech dengan layanan keuangan seperti *crowdfunding*, *mobile payments*, dan lain sebagainya menjadikan revolusi berbagai inovasi dalam perkembangan teknologi

Konsep *crowdfunding* berakar dari konsep *crowdsourcing* yang memanfaatkan “kerumunan” orang untuk memberikan umpan balik dan solusi untuk mengembangkan kegiatan suatu organisasi atau perusahaan rintisan. Konsep *crowdfunding* awalnya dikembangkan untuk menjawab persoalan mereka yang ingin mengembangkan usaha tetapi terkendala dari sisi permodalannya. Namun, dalam perkembangannya, *crowdfunding* juga banyak digunakan untuk menggalang dukungan masyarakat dalam bentuk dana (donasi) maupun bentuk-bentuk sumbangan lainnya, yang dikenal sebagai *crowdfunding* donasi. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sejauh ini mengelompokkan *crowdfunding* dalam 4 (empat) jenis yaitu *equity-based crowdfunding* (*crowdfunding* berbasis permodalan/kepemilikan saham), *lending-based crowdfunding* (*crowdfunding* berbasis kredit/utang piutang), *reward-based crowdfunding* (*crowdfunding* berbasis hadiah), dan *donation-based crowdfunding* (*crowdfunding* berbasis donasi)

Crowdfunding donasi dipilih sebagai alternatif penggalangan sumbangan publik karena menawarkan kemudahan, luasnya jangkauan pemberitaan kepada masyarakat melalui internet, murah biaya publikasi, cepatnya memperoleh donasi seiring pula dengan meningkatnya pamor sebuah isu, proyek atau inisiatif sosial. Selain itu, *crowdfunding* juga dipilih untuk menyiasati ketatnya prosedur perizinan untuk penggalangan sumbangan. Dengan menggunakan platform *crowdfunding*, penggalang donasi yang berasal dari kalangan individu, komunitas atau OMS/organisasi sosial tidak perlu repot-repot mengurus izin donasi yang diwajibkan oleh Kementerian Sosial. Yang terpenting, penggalang donasi harus memastikan bahwa *crowdfunding* yang digunakan sudah mengantongi izin dari Kementerian Sosial.

Crowdfunding donasi mulai dikenal dan digunakan masyarakat Indonesia pada awal tahun 2012 seiring munculnya platform *crowdfunding* Patungan.net dan Wujudkan.com sebagai platform *crowdfunding* pertama di Indonesia. Berdirinya kedua platform tersebut menandakan dimulainya model penggalangan dana baru melalui platform yang menjadi perantara dalam penggalangan dana masyarakat. Seperti halnya perkembangan *crowdfunding* di luar negeri, kedua platform tersebut digunakan untuk menggalang dukungan bagi pengembangan produk atau rintisan usaha. Namun, inisiatif penggalangan dukungan ini kurang berhasil dibandingkan penggalangan dukungan. Munculnya platform Kitabisa.com semakin mengencarkan kegiatan penggalangan donasi melalui *crowdfunding*. Maraknya bencana dan berkembangnya filantropi di Indonesia membuat platform *crowdfunding* ini makin populer dan banyak digunakan masyarakat. Pandemi COVID-19 yang

membatasi interaksi dan pergerakan masyarakat mendorong transformasi dari penggalangan donasi konvensional dan digital. Kondisi ini juga berdampak pada meningkatnya jumlah pengguna dan inisiatif penggalangan donasi di Kitabisa.com dan platform *crowdfunding* lainnya yang juga bermunculan seiring kesuksesan Kitabisa.com.

D.2. Jenis Crowdfunding

Pemetaan yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan setidaknya ada 35 *crowdfunding* donasi yang aktif beroperasi di Indonesia. Sebagian *crowdfunding* itu didirikan dan dikelola oleh lembaga dalam bentuk yayasan, sebagian lainnya dalam bentuk PT (Perseroan Terbatas). Pemilihan badan hukum ini dipengaruhi regulasi terkait penggalangan donasi yang hanya mengizinkan badan hukum yayasan dan perkumpulan yang bisa menggalang sumbangan. Ini berarti *crowdfunding* yang berbasis non-profit tidak diizinkan menggalang donasi. Hal inilah yang membuat beberapa *crowdfunding* yang berbentuk PT kemudian mendirikan yayasan dalam rangka mendapatkan izin dari kementerian sosial. Namun, beberapa pengelola *crowdfunding* tidak memahami dan menyadari konsekuensi dari peraturan tersebut dan memilih tetap menggunakan badan hukum Perseroan Terbatas sebagai pengelola *crowdfunding*.

Secara umum ada dua jenis *crowdfunding* donasi yang saat ini beroperasi di Indonesia, yakni *crowdfunding* yang sifatnya umum dan *crowdfunding* internal. *Crowdfunding* umum ini memang dikembangkan oleh yayasan atau PT untuk membantu individu, komunitas dan organisasi sosial atau OMS dalam menggalang donasi publik. Organisasi pengelola donasi ini tidak mengembangkan program atau kegiatan yang diharapkan bisa didukung oleh dana publik. Jadi, pengelola *crowdfunding* memang berperan sebagai *intermediary* atau perantara antara individu, komunitas dan OMS sebagai penggalang donasi dengan masyarakat sebagai donatur. Beberapa *crowdfunding* yang masuk dalam kategori ini adalah Kitabisa.com, Wecare.id, Benihbaik, dan Berbuatbaik.id.

Sementara *crowdfunding* internal organisasi adalah *crowdfunding* yang dikembangkan organisasi tertentu untuk mendukung kegiatan *fundraising* yang dikembangkan organisasinya. Selain berperan sebagai *fundraising* internal, organisasi juga mengundang dan memberi kesempatan individu, komunitas dan organisasi lainnya untuk memanfaatkan *crowdfunding* ini untuk menggalang donasi publik. Beberapa organisasi mengembangkan *crowdfunding* internal ini karena melihat tren donasi digital yang terus meningkat, penggunaan *crowdfunding* yang kian dikenal dan diminati masyarakat, serta untuk memperluas basis donatur dan penggalang dana dari perangkat *fundraising* yang dikembangkan. Selain itu, mereka mengembangkan *crowdfunding* sendiri agar bisa mendapatkan data base donatur yang tidak bisa mereka dapatkan dari *crowdfunding* umum. Beberapa contoh *crowdfunding* internal, di antaranya SolusiPeduli.org, Bersedakah.com dan beberapa *crowdfunding* lainnya. Dalam banyak kasus, *crowdfunding* internal ini kemudian berkembang menjadi *crowdfunding* umum yang pengelolaannya dipisahkan dari entitas organisasi, seperti Sharinghappiness.org, dll.

Di luar dua kategori *crowdfunding* tersebut, ada juga beberapa institusi yang menyediakan layanan untuk membuat *crowdfunding* dan mengelolanya secara mandiri. Layanan pembuatan *crowdfunding* secara mandiri ini ditawarkan secara gratis dan pengguna hanya membayar tambahan dana jika ingin meng-*upgrade* atau meningkatkan platform *crowdfunding* yang dibuatnya dengan menambahkan berbagai fitur tambahan. Penyedia layanan ini umumnya menyediakan template *crowdfunding* yang bisa digunakan secara mudah oleh OMS dalam menggalang donasi. Beberapa lembaga yang menyediakan layanan pembuatan *crowdfunding* mandiri ini, diantaranya Galang.co, Paybill.id, dan Sociabuzz.com

D.3. Mitra atau Pengguna Crowdfunding

Info yang dikumpulkan dari pengelola *crowdfunding* menunjukkan bahwa pengguna terbesar *crowdfunding* justru berasal dari individu masyarakat. Sebagian dari individu ini berasal dari para influencer atau KOL (Key Opinion Leader) yang berasal dari kalangan artis (penyanyi, aktris/aktor, dll) dan selebriti sosial media (selebtwit, selebgram atau youtuber), olahragawan, dll. Mereka memanfaatkan *crowdfunding* untuk menggalang donasi membantu mengatasi persoalan individu lainnya (keluarga, teman, tetangga, atau masyarakat umum) yang tengah mendapatkan masalah atau mengalami musibah masyarakat guna mendanai proyek-proyek sosial yang mereka kembangkan.

OMS atau organisasi sosial umumnya menggunakan platform *crowdfunding* sebagai metode alternatif *fundraising* di luar perangkat atau strategi *fundraising* yang ada di organisasinya. Sebagian besar organisasi yang menggunakan platform *crowdfunding* adalah organisasi keagamaan, terutama badan atau lembaga amil zakat. Selain menggalang zakat, infak sedekah, mereka juga menggalang donasi non-keagamaan untuk mendukung program-program non-keagamaan atau program-program umum yang mereka kelola. Beberapa LAZIS yang sudah memiliki dan mengembangkan *crowdfunding* internal juga tetap memanfaatkan *crowdfunding* umum untuk menggalang donasi.

Sementara kalangan OMS (di luar LAZIS) tidak banyak yang menggunakan atau memanfaatkan *crowdfunding* dalam menggalang donasi publik. Pengelola *crowdfunding* menjelaskan bahwa mayoritas OMS yang menggunakan platformnya berasal dari wilayah Jawa, khususnya di Jakarta. Kesenjangan dalam penguasaan teknologi informasi membuat OMS di daerah tidak memanfaatkan platform ini untuk menggalang sumbangan. Jenis lembaga yang banyak menggunakan platform ini adalah OMS yang bergerak di isu kesehatan, pendidikan dan penanggulangan bencana. Kapasitas pengurus dan staf lembaga yang rendah dalam memahami mekanisme kerja *crowdfunding* juga membuat kampanye yang dilakukan di platform tersebut tidak membawa hasil.

D.4. Jenis Program yang Didukung

Program atau kegiatan yang banyak dikampanyekan di platform *crowdfunding* adalah penyantunan atau bantuan untuk individu yang tengah mendapatkan musibah atau kesusahan. Sebagian besar kampanye yang dilakukan adalah penggalangan donasi atau bantuan untuk individu yang tengah menderita penyakit berat dan butuh biaya besar untuk operasi atau perawatannya. Kampanye lainnya juga terkait pemberian bantuan atau dukungan bagi individu yang mengalami musibah (kecelakaan), memiliki hutang atau tidak memiliki tempat tinggal. Selain itu, kampanye di *crowdfunding* juga didominasi penggalangan program atau kegiatan keagamaan, serta pengumpulan bantuan untuk korban bencana. Sementara jenis program atau kegiatan yang banyak dikampanyekan oleh komunitas dan OMS atau organisasi sosial adalah program-program yang berkaitan dengan pendidikan dan kesehatan, mulai dari pendirian sarana dan fasilitas pendidikan dan kesehatan, hingga pemberian beasiswa serta biaya pengobatan.

Program-program non-karitatif mulai dari pemberdayaan ekonomi, pelestarian lingkungan, perlindungan perempuan dan anak, bantuan hukum, sampai advokasi kebijakan juga ditemui di platform *crowdfunding*. Program-program ini juga mendapatkan dukungan meski jumlahnya tidak sebesar donasi yang didapatkan untuk program santunan, kebencanaan atau keagamaan. Jika dikemas, dikomunikasikan dan dipromosikan secara serius, program-program itu juga berpotensi mendapatkan dukungan dari publik. Menurut pengelola *crowdfunding*, Kunci keberhasilannya pada konten atau cerita yang menyentuh, urgensi yang berhasil dibangun, serta strategi kampanye dan promosi yang digarap secara serius (misal, melibatkan influencer, dll)

D.5. Jenis Dana atau Donasi yang Digalang

Secara umum ada 3 jenis dana yang bisa digalang melalui platform *crowdfunding*, yakni donasi umum, donasi keagamaan dan donasi perusahaan. Donasi umum bisa digalang dari publik dan tidak terikat pada ajaran agama tertentu. Dana sosial ini biasanya diberi label donasi dan diperuntukkan bagi program atau kegiatan yang bersifat umum pula. Misalnya donasi untuk korban bencana, donasi pendirian fasilitas pendidikan dan Kesehatan, dll.

Seiring dengan meningkatnya penggalangan zakat, infak, sedekah, wakaf dan dana keagamaan lainnya, *crowdfunding* juga mulai dimanfaatkan untuk menggalang donasi keagamaan tersebut. Bahkan, ada beberapa *crowdfunding* yang memang didesain untuk menggalang donasi keagamaan tersebut. Para pihak yang melakukan penggalangan donasi keagamaan ini umumnya lembaga keagamaan atau lembaga amil zakat infak dan sedekah (LAZIS).

Selain kedua jenis dana tersebut, platform *crowdfunding* juga bisa digunakan untuk menggalang donasi perusahaan. Hal ini terlihat dari keterlibatan dan partisipasi beberapa perusahaan yang menjadi penyumbang dalam beberapa kampanye yang digelar di platform *crowdfunding*. Di luar skema tersebut, beberapa pengelola *crowdfunding* juga mengembangkan skema *matching gift* dengan meminta perusahaan menambahkan atau menggenapi donasi yang didapat dari publik. Beberapa pengelola *crowdfunding* juga mengundang banyak perusahaan untuk terlibat dan berpartisipasi dalam program donasi temporer yang digelar platform *crowdfunding*, seperti program Hardolnas (Hari Donasi Online Nasional).

D.6. Kendala dan Tantangan

Beberapa tantangan dan hambatan yang dihadapi OMS dan pengguna lainnya dalam menggalang donasi via *crowdfunding* berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola OMS maupun pengelola *crowdfunding* adalah:

- 1) Individu, komunitas dan OMS tidak memahami proses bisnis atau mekanisme kerja *crowdfunding*.
- 2) Sebagian besar penggalang donasi hanya menitipkan info proyek atau inisiatifnya tanpa melakukan upaya sosialisasi dan promosi.
- 3) Inisiatif atau proyek yang ditawarkan sebenarnya menarik, tapi tidak dikemas dan dikomunikasikan dengan baik melalui penulisan *story telling* atau visualisasi melalui video yang menarik dan menyentuh.
- 4) Penggalang donasi (*fundraiser*) tidak menginformasikan secara konkret dan jelas tujuan penggalangan sumbangan dan peruntukan donasi yang nanti akan digalang.

E. Kebijakan terkait Filantropi dan Mobilisasi Sumber Daya

Kondisi kebijakan di Indonesia dan pengaruh serta dampaknya terhadap kegiatan filantropi dan mobilisasi sumber daya yang dilakukan OMS, jika dibandingkan dengan negara-negara lain, bisa dilihat dari beberapa kajian atau laporan yang diterbitkan oleh beberapa institusi global. Salah satu laporan terbaru yang terbit di pertengahan tahun 2022 adalah *Doing Good Index (DGI) 2022*. *Doing Good Index* atau Indeks Berbuat Baik adalah laporan penelitian dengan menggunakan serangkaian indikator yang dilakukan CAPS (Center for Asian Philanthropy and Society) di 18 negara di Asia untuk mengkaji faktor2 pendukung bagi individu/institusi utk berbuat baik melalui kegiatan filantropi & investasi yang berdampak sosial. Indikator yang dikaji dalam DGI ini umumnya berkaitan dengan kebijakan, yakni regulasi, kebijakan pajak dan fiscal, kebijakan procurement dan ekosistem.

DGI menempatkan Indonesia dalam kluster negara dengan kondisi “Doing Okay” dalam mendukung kegiatan filantropi dan investasi yang berdampak sosial, bersama negara Kamboja, India, Nepal,

Pakistan, Vietnam, dan Thailand. Kondisi “doing okay” ini masih jauh dari ideal, terutama dari sub indeks terkait regulasi karena pembatasan aliran dana/sumbangan asing dan domestik sektor nirlaba dan proses pendaftaran lembaga non-profit yang relatif menyulitkan dan memberatkan. Dari 120 OMS yang disurvei, 59% menyatakan bahwa bahwa penegakan hukum dan peraturan pemerintah terkait sektor nirlaba lemah. Dari segi kebijakan perpajakan dan fiskal, sebenarnya Indonesia sudah menerapkan kebijakan insentif perpajakan dalam bentuk *tax exemption* (pengecualian pajak) bagi donasi dan *tax deduction* (pemotongan pajak) di mana donasi menjadi pengurang penghasilan kena pajak. Sayangnya, pengurangan pajak yang ditawarkan sangat kecil, yakni 5% dari sumbangan yang diberikan, yang menjadi nilai terendah di Asia dan hampir menghilangkan efek dari insentif dari pemotongan pajak tersebut.

Dari segi kebijakan terkait *procurement* atau pengadaan barang dan jasa, DGI mencatat bahwa kebijakan ini belum efektif karena hanya 18% OMS yang disurvei yang memiliki kontrak *procurement* dengan pemerintah. Jumlah ini jauh lebih rendah dari prosentase rata-rata di Asia yang mencapai 30%. DGI juga mencatat 73% OMS Indonesia mengaku kesulitan mengakses informasi tentang peluang pengadaan barang dan jasa, dan jumlah ini meningkat dibanding tahun sebelumnya. Proses memenangkan kontrak pemerintah juga dinilai sulit karena tidak transparannya proses penentuan pemenang. Realitas ini cukup ironis, mengingat tingkat kepercayaan masyarakat kepada OMS sangat tinggi dalam laporan DGI ini sebagai salah satu indikator dalam ekosistem, hingga mencapai 97%. Apalagi OMS dinilai berperan penting dan krusial melalui kerja-kerja sosial kemanusiaan, khususnya yang dilakukan pada saat pandemi COVID-19.

Grafik 7. Empat Kluster Negara dalam Doing Good Index (DGI) 2022



Sumber: CAPS (2022)

Sementara laporan Indeks Keberlanjutan Masyarakat Sipil 2020 menyebutkan bahwa aspek regulasi atau lingkungan hukum untuk OMS menjadi dimensi terlemah dibanding 6 aspek lainnya (kapasitas organisasi, kemampuan keuangan, advokasi, penyediaan layanan, infrastruktur sektoral dan citra di mata publik) yang menjadi ukuran keberlanjutan OMS. Lingkungan hukum untuk OMS di Indonesia agak memburuk pada tahun 2020 yang dipicu oleh tiga faktor: *pertama*, inkonsistensi pemerintah dalam menjalankan proses hukum yang benar dan adil dalam hal pendaftaran dan pembubaran OMS; *kedua*, meningkatnya penangkapan aktivis OMS dan ancaman kekerasan melalui media sosial; *ketiga*, menajamnya intoleransi dan politik identitas yang mempersempit ruang kebebasan berserikat dan berekspresi.

Hasil identifikasi terhadap berbagai kebijakan yang terkait dengan kegiatan filantropi dan mobilisasi sumber daya menunjukkan secara garis besar ada dua kluster kebijakan yang mengatur filantropi dan

mobilisasi sumber daya, yakni regulasi inti/pokok dan regulasi penunjang/pelengkap. Regulasi inti adalah peraturan perundang-undangan yang secara khusus mengatur kegiatan filantropi dan penggalangan sumbangan. Sementara regulasi penunjang adalah peraturan perundang-undangan yang tidak berkaitan langsung dengan kegiatan filantropi dan mobilisasi sumber daya, namun ada beberapa pasal atau ketentuan di peraturan tersebut yang terkait kegiatan tersebut. Misalnya, Undang-undang tentang Keterbukaan Informasi Publik mengatur bahwa lembaga yang mendapatkan dana atau sumbangan dari masyarakat dikategorikan sebagai badan publik. Sebagai badan publik, organisasi tersebut punya kewajiban untuk membuat dan menyimpan laporan, mempublikasikan laporan serta melayani permintaan informasi dari publik. Sementara UU Hak Cipta mengatur bahwa foto, video dan audio yang digunakan dalam kegiatan kampanye penggalangan sumbangan tidak boleh melanggar hak cipta.

Berikut peraturan perundang-undangan yang mengatur dan terkait kegiatan filantropi dan mobilisasi sumber daya:

Regulasi Inti

- UU Nomor 9 Tahun 1961 tentang Pengumpulan Uang dan Barang (PUB)
- Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 1980 tentang Pelaksanaan Pengumpulan Sumbangan
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 38 Tahun 2008 tentang Penerimaan dan Pemberian Bantuan Ormas dari dan Kepada Pihak Asing
- Permensos Nomor 8 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Pengumpulan Uang dan Barang

Regulasi Penunjang

- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2004 tentang Perubahan UU Yayasan
- Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik
- Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi & Transaksi Elektronik
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 2010 Tindak Pidana Pencucian Uang
- Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta
- Peraturan Presiden Nomor 16 tahun 2018 tentang Pengadaan Barang dan Jasa publik
- PP Nomor 93 tahun 2010 tentang Sumbangan Yang Dapat dikurangkan dari Penghasilan Bruto (penjabaran pasal 6 UU Nomor 36/2008 tentang Pajak Penghasilan)
- Dll.

Dari berbagai peraturan dan perundang-undangan yang dianalisis, tidak ada peraturan yang secara spesifik mengatur *crowdfunding* donasi (*donation based crowdfunding*). Pengaturan *crowdfunding* donasi dilakukan melalui berbagai peraturan perundang-undangan terkait donasi, seperti UU 9/1961 tentang PUB (Pengumpulan Uang dan Barang) dan peraturan pemerintah maupun peraturan/keputusan menteri yang menjadi aturan turunannya. Kegiatan *crowdfunding* donasi juga wajib memperhatikan dan menerapkan regulasi penunjang, seperti UU Yayasan, UU KIP (Keterbukaan Informasi Publik), UU Hak Cipta, UU ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik). OJK sebagai otoritas yang mengatur operasional *crowdfunding* memang sudah menerbitkan Peraturan OJK NOMOR 37 /POJK.04/2018 tentang Layanan Urut Dana melalui Penawaran Saham Berbasis Teknologi Informasi (*Equity Crowdfunding*). Namun, regulasi ini tidak mengatur atau terkait dengan *crowdfunding* donasi, melainkan praktik penawaran saham melalui *equity crowdfunding*.

Berikut hasil analisis terhadap beragam regulasi yang mengatur dan terkait kegiatan filantropi dan mobilisasi sumber daya berdasarkan kajian dokumen dan wawancara pegiat OMS dan filantropi sebagai pelaku penggalangan, pengelolaan dan pendayagunaan sumbangan:

- Undang-undang yang menjadi rujukan utama bagi kegiatan filantropi dan mobilisasi sumber daya sudah tergolong sangat lama, yakni UU 9/1961 mengenai PUB (Pengumpulan Uang dan Barang). Tak heran jika sebagian besar pasal /ketentuan yang ada di UU tersebut “usang” dan sulit untuk diterapkan dalam kondisi saat ini. Meski UU ini kemudian dijabarkan dalam beberapa peraturan turunan yang relatif baru (salah satunya Permensos No. 8 /2021 tentang PUB (Pengumpulan Uang dan Barang), namun regulasi ini tetap harus mengacu pada UU PUB tersebut sehingga ketentuan yang disampaikan tidak mampu merespon dan mewadahi perubahan dan perkembangan filantropi dan mobilisasi sumber daya.
- Secara umum pasal-pasal atau ketentuan yang ada di berbagai regulasi tersebut, mulai dari UU 9/1961 mengenai PUB (Pengumpulan Uang dan Barang) maupun peraturan pemerintah (PP) dan pertaturan/keputusan menteri yang menjadi turunannya, bersifat restriktif dan birokratis sehingga berpotensi menghambat berbagai insiatif dan kegiatan filantropi serta mobilisasi sumber daya yang dilakukan OMS, lembaga filantropi maupun masyarakat umum. Hal ini tergambar berbagai persyaratan yang rumit dan rekomendasi berjenjang yang diberlakukan untuk mendapatkan izin penggalangan sumbangan.
- Regulasi yang mengatur kegiatan filantropi dan mobilisasi sumber daya menerapkan mekanisme atau prosedur perizinan yang sangat ketat bagi para pihak yang ingin menggalang donasi. Selain mewajibkan OMS yang mengajukan izin dengan dokumen persyaratan yang rumit, juga mensyaratkan adanya rekomendasi berjenjang yang harus didapatkan dari instansi pemerintah (dinas sosial kabupaten dan provinsi). Sayangnya, pengaturan yang ketat ini tidak diikuti dengan pengawasan dan penindakan atau penegakan hukum yang efektif. Sehingga banyak pihak yang tidak mengantongi izin penggalangan sumbangan tetap bisa beroperasi tanpa adanya tindakan dari pemerintah.
- Mekanisme perizinan yang ketat ini membuat regulasi filantropi dan mobilisasi sumber daya sulit untuk diterapkan, khususnya untuk penggalangan sumbangan saat terjadi bencana. Kondisi bencana mengharuskan OMS dan para pihak yang terlibat dalam penanggulangan bencana untuk bergerak cepat membantu korban, salah satunya dalam mekanisme penggalangan dan penyaluran bantuan. Hal ini tidak dimungkinkan jika harus mengikuti prosedur atau mekanisme perizinan yang ditetapkan dalam regulasi yang mengatur donasi. Pengurusan izin sumbangan membutuhkan persyaratan dan rekomendasi berjenjang dan diperlukan waktu paling lambat 2 minggu bahkan sampai 1 bulan. Dengan persyaratan tersebut maka OMS tidak bisa bergerak cepat dalam memberikan bantuan dan pertolongan pada korban bencana.
- Regulasi sumbangan tidak mewadahi inisiatif para pihak yang selama ini terlibat dan berperan penting dalam kegiatan filantropi dan mobilisasi sumber daya, mulai dari individu/influencer, komunitas, OMS atau organisasi sosial, pelaku usaha sampai lembaga *crowdfunding*. Karena, dalam regulasi sumbangan, khususnya Peraturan Menteri Sosial no. 8/2021 tentang PUB (Pengumpulan Uang dan Barang) membatasi pihak yang diizinkan menggalang donasi publik hanya yayasan dan perkumpulan. Dengan kebijakan ini, berbagai inisiatif penggalangan donasi yang dilakukan oleh individu/*influencer*, komunitas, lembaga *crowdfunding* (yang berbentuk PT), serta perusahaan melalui skema kembalikan untuk sumbangan (*change for good*/kembalikan untuk kebajikan) dianggap illegal.
- Regulasi PUB juga melihat dan memaknai kegiatan filantropi dan mobilisasi sumber daya sebagai acara amal yang bersifat temporer, bukan kegiatan *fundraising* yang rutin dan berkelanjutan. Padahal kegiatan *fundraising* yang dilakukan OMS umumnya bersifat rutin, kontinyu dan dilakukan sepanjang tahun. Hal ini tergambar dari ketentuan durasi perizinan sumbangan yang hanya

berlaku 3 bulan dan OMS harus memperbaharui izinnya setiap 3 bulan. Ketentuan ini tentu memberatkan dan menyulitkan bagi OMS yang memiliki program fundraising yang sifatnya rutin, kontinyu dan berkelanjutan.

- Ketentuan durasi perizinan yang hanya berlaku 3 bulan ini juga membuat regulasi ini tidak mampu merespon dan mewadahi program-program jangka panjang. OMS dipaksa untuk menghabiskan donasinya dan segera melaporkan pendaayagunaannya dalam kurun waktu 3 bulan agar bisa mengajukan izin penggalangan sumbangan yang baru. Dengan ketentuan ini kolaborasi dan kerja sama antar lembaga filantropi dengan OMS untuk menjalankan program-program strategis dan berorientasi jangka panjang mustahil untuk dilakukan.
- Regulasi sumbangan juga tidak memperhatikan dan mendukung keberlanjutan organisasi (*financial sustainability*) organisasi nirlaba. Hal ini dikarenakan kebijakan terkait dana operasional yang diberlakukan untuk pendaayagunaan sumbangan dinilai tidak realistis dan tidak mewadahi kepentingan OMS untuk berkembang dan berkelanjutan. Regulasi mengatur bahwa dana operasional pengelolaan dan pendaayagunaan sumbangan yang bisa dikutip dari donasi yang dikumpulkan maksimal 10%. Bahkan, OMS atau pengelola sumbangan tidak diizinkan mengambil dana operasional dari sumbangan bagi korban bencana. Pengelola sumbangan harus menanggung biaya pengiriman, pendaayagunaan sumbangan atau biaya lainnya terkait penyaluran dan pendaayagunaan sumbangan. Ketentuan ini tidak masuk akal dan sulit untuk diterapkan, serta tidak memperhakatikan kebutuhan OMS untuk mengambil dana operasional bagi penyelenggaraan program dan keberlanjutan organisasinya.
- Salah satu ketentuan yang cukup rancu dalam regulasi sumbangan adalah peran ganda pemerintah atau Kemensos sebagai regulator sekaligus implementor. Dalam beberapa ketentuan atau pasal yang ada di PP maupun Permensos memberikan mandat kepada Kemensos untuk terlibat dalam kegiatan penggalangan masyarakat. Peran ganda ini membuat posisi Kemensos menjadi dilematis karena ibaratnya sebagai wasit merangkap pemain tidak mungkin bagi si wasit untuk menghukum dirinya sendiri sebagai pemain jika terjadi kecurangan atau penyalahgunaan.
- Berbeda dengan UU dan PP yang menjadi rujukannya, peraturan terbaru yang mengatur kegiatan penggalangan sumbangan, yakni Peraturan Menteri Sosial No. /2021 tentang PUB (Pengumpulan Uang dan Barang) sama sekali tidak insentif dalam bentuk fasilitasi dan pengurangan pajak. Padahal insentif ini menjadi pembeda dan menjadi hak bagi organisasi-organisasi yang mengantongi izin.

F. Kesimpulan

Dari pemetaan dan analisis yang dilakukan terhadap lembaga filantropi dan *crowdfunding*, berikut kesimpulan kajian mengacu pada pertanyaan penelitian:

1. Hasil pemetaan menunjukkan profil lembaga filantropi dan *crowdfunding* dengan karakter yang beragam, mulai dari jenis organisasi, jenis dan jumlah bantuan, jenis program yang didukung, serta skema dukungan dan kemitraan yang dikembangkan. Sebagian besar lembaga filantropi dan *crowdfunding* ini bisa diakses dan berpotensi menjadi mitra atau donatur OMS sepanjang tawaran program dan kemitraannya bisa selaras dengan minat, prioritas, kebutuhan dan persoalan yang menjadi perhatian lembaga filantropi atau *crowdfunding*.
2. Sebagian besar organisasi filantropi dan *crowdfunding* yang dipetakan memberikan dukungan kepada program-program yang sifatnya karitatif dan jangka pendek, seperti kegiatan keagamaan, penanggulangan bencana, penyantunan dan pelayanan sosial, serta pendidikan dan kesehatan. Namun, ada tren terjadinya pengembangan dan perluasan dukungan pada program-program non-karitatif, seperti pemberdayaan ekonomi, pelestarian lingkungan, bahkan untuk program bantuan hukum dan advokasi kebijakan. Kecenderungan ini juga dimanfaatkan oleh beberapa OMS dengan menggalang dukungan dan menjalin kemitraan dengan lembaga filantropi dan *crowdfunding* unruk pembiayaan dan keberlanjutan program-program yang dijalankan.
3. Lembaga filantropi dan *crowdfunding* memiliki skema beragam dalam memberikan dukungan dan menjalin kemitraan dengan OMS, mulai dari penyaluran bantuan, penyediaan data, sosialisasi program, pelaksana program sampai monitoring dan evaluasi. Namun, karena pemahaman yang terbatas, OMS lebih banyak menempatkan diri sebagai pelaksana program dalam dalam pengembangan kemitraan. Pemahaman mengenai berbagai skema kemitraan menjadi kunci untuk memperluas dan mengembangkan skema kemitraan OMS dengan Filantropi dan *crowdfunding* di masa mendatang.
4. OMS, lembaga filantropi, dan platform *crowdfunding* memiliki tantangan internal dalam penggalangan dukungan dan kemitraan berkaitan dengan perbedaan karakter masing masing lembaga, serta pemahaman dan cara pandang yang berbeda daalam melihat kemitraan lintas sektor. Intensitas dialog dan inisiasi bersama pengembangan model-model kemitraan bisa menjadi sarana bagi kedua belah pihak untuk saling mengenal, berinteraksi dan pembelajaran dalam mengembangkan kemitraan. Sementara advokasi bersama juga diperlukan untuk mengatasi tantangan eksternal dalam bentuk regulasi atau kebijakan yang tidak kondusif terhadap kegiatan filantropi dan terjadinya kolaborasi, khususnya.

G. Rekomendasi

Rekomendasi disusun mengacu pada temuan-temuan penting dalam kajian dokumen dan referensi yang kemudian diperkaya dan dipertajam melalui wawancara dengan para pegiat OMS, pengelola lembaga filantropi serta pengelola lembaga *crowdfunding*. Berikut rekomendasi bagi para pihak (OMS, lembaga filantropi, lembaga *crowdfunding* dan pemerintah) yang dihasilkan dalam kajian ini dalam rangka meningkatkan kapasitas OMS dalam mobilisasi sumber daya dan memperkuat keberlanjutan organisasinya.

1. Melakukan edukasi kepada masyarakat sebagai calon donatur untuk mendukung program-program non-keagamaan, kebencanaan dan penyantunan yang dikembangkan oleh OMS dengan memfasilitasi dan mengintensifkan kampanye dan penggalangan donasi untuk program-program strategis (non-karitatif).
2. Membantu OMS dalam mengidentifikasi dan mengoptimalkan kapasitas dan modal sosial yang dimilikinya (data, keterampilan fasilitasi, relasi dengan masyarakat, dll.) sebagai daya tawar dalam berkomunikasi, menjalin relasi dan bekerja sama dengan lembaga filantropi dan perusahaan.
3. Mendorong dan memfasilitasi OMS untuk melakukan perubahan dan penyesuaian struktur, kultur dan mekanisme kerja organisasi untuk menghadapi berbagai perubahan dan perkembangan filantropi dan mobilisasi sumber daya.
4. Meningkatkan pemahaman pegiat OMS mengenai beragam skema dukungan dan kemitraan dengan organisasi filantropi maupun perusahaan yang memberikan sumbangan sosial.
5. Meningkatkan kapasitas OMS dalam penggunaan perangkat dan beragam aplikasi teknologi informasi yang berkaitan dengan kegiatan komunikasi dan *fundraising*.
6. Mendukung dan memfasilitasi OMS untuk masuk ke *public fundraising* melalui pengembangan forum-forum kemitraan dan forum belajar bersama (*walk the talk*).
7. Menumbuhkan “lembaga donor baru” baru dengan meningkatkan kapasitas lembaga-lembaga filantropi yang memiliki sumber daya (yayasan keluarga dan yayasan perusahaan) untuk menjadi lembaga *grantmaking* atau lembaga filantropi yang memiliki kapasitas mobilisasi sumber daya untuk menjadi lembaga perantara (*intermediary*).
8. Mendukung pengembangan organisasi yang bisa berperan sebagai “*partnership brokering*” sebagai mitra OMS mengembangkan kemitraan dan *public fundraising*.
9. Mendukung advokasi kebijakan dengan mendorong revisi beberapa regulasi yang terkait filantropi dan mobilisasi sumber daya untuk mendukung akuntabilitas dan keberlanjutan OMS (regulasi perizinan, insentif pajak, akses dana pemerintah, dll).
10. Memanfaatkan dan mendorong penerapan beberapa kebijakan yang mendorong mobilisasi sumber daya dan kemitraan dengan pemerintah dan sektor filantropi (Undang-undang No. 16 tahun 2011 tentang Bantuan Hukum, Peraturan Presiden No. 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, Surat Edaran Mendagri No.440/2622/SJ tentang Kemitraan Antara Pemerintah Daerah dengan OMS dalam penanganan Pandemi COVID-19, dan Peraturan Pemerintah No. 93 Tahun 2010 tentang insentif perpajakan untuk sumbangan/donasi).

Daftar Pustaka

- Barthelemy, Ferdiza dan Irwansyah, "Strategi Komunikasi Crowdfunding melalui Media Sosial." Jurnal IPTEK-KOM, Vol. 21 No. 2 (Desember 2019)
- CAPS (2022), "Doing Good Index 2022 Assessing the Health and Well-being of Asia's Social Sector". diambil dari https://caps.org/work/our-research_doing-good-index-2022
- FHI 360. (2020). Organizational Performance Index Report 2020. Program MADANI. Green, S. N. (2017). Civil Society at a Crossroads: Exploring Sustainable Operating Models. Washington DC: CSIS
- Filantropi Indonesia, (2022), "Indonesia Philanthropy Outlook: Perkembangan dan Proyeksi Filantropi di Indonesia Tahun 2022", diambil dari <https://filantropi.or.id/en/download/ipo-2022-en/>
- Hariyani, Iswi dan Cita Yustisia Serfiyani, (2015) "Perlindungan Hukum Sistem Donation Based Crowdfunding pada Pendanaan Industri Kreatif di Indonesia"
- Hartnell, C. (2020). "Philanthropy in Indonesia: A working paper." Philanthropy for Social Justice and Peace. Diambil dari: <https://globalfundcommunityfoundations.org/wp-content/uploads/2020/02/Philanthropy-in-Indonesia-Feb-2020.pdf>
- Nugroho, Arief Yuswanto. "Fenomena Perkembangan Crowdfunding Di Indonesia." Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri. (April 2019)
- PIRAC, (2018), "Kesiapan Lembaga Filantropi Indonesia dalam Mendukung Pencapaian SDGs", diambil dari <https://filantropi.or.id/download/kesiapan-filantropi-mendukung-sdgs/>
- PIRAC, (2019), "*Laporan Riset Pemetaan Potensi Filantropi Pendukung Program Bantuan Hukum untuk Warga Miskin dan Kelompok Rentan*"
- Kompas.com, "Perilaku Unik Warga Indonesia Berdonasi Online Sepanjang 2021", Kompas.com - 22/12/2021, 07:30 WIB
- Sayagiri, Govarna Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Crowdfunding melalui Kitabisa.com
- WINGS (2018), "The Global Landscape of Global Philanthropy" diambil dari <https://filantropi.or.id/en/download/the-global-landscape-of-philanthropy/>

Informan Penelitian

Informan dari lembaga filantropi dan crowdfunding

1. Arif Haryono, General Manajer Aliansi Strategis Dompot Dhuafa
2. Ahmad Zacky Habibi, Direktur Eksekutif Ancora Foundation
3. Mohammad Zuhair, Direktur Eksekutif Kalla Foundation
4. Nurhayati, Kepala Lembaga Beasiswa BAZNAS
5. Tommy Hendrajati, Presiden Human Inditiative
6. Dian A Purbasari, Direktur Eksekutif Bhakti Barito Foundation
7. Haryanto, Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih (SCTV/Indosiar
8. Anung Wenyartaka, Manajer Eksekutif Dana Kemanusiaan Kompas
9. Fahri Amrullah, Vice President of Growth Kitabisa.com
10. Iqbal Hariadi, Head of Brand Communication Kitabisa.com
11. Zaeni Ramdan, CEO SharingHappiness.org

Informan dari CSO/Mitra Madani

1. Asiah Sugianti - Yayasan Paramitra
2. Eka Munfarida Irfiani - KITA Institute
3. Fajar Kurniyasih - KITA Institute
4. Nova Wijaya - PKBI Kota Singkawang Kalbar
5. Sugiman - LKTS Boyolali
6. Darwis – Yayasan Daun Hijau Madani

Lampiran: Daftar Crowdfunding Donasi

Daftar *Crowdfunding* Donasi

No.	Nama <i>Crowdfunding</i>	Alamat situs	Pengelola	Program yang didukung	Jenis Dana/sumber dana	Mitra/Pengguna
1.	Kita Bisa	www.Kitabisa.com	Yayasan Kitabisa	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan • Pemberdayaan ekonomi • Gerakan sosial • Bantuan hukum dan advokasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan • Sumbangan institusi/perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasi sosial • perusahaan
2.	Benih Baik	www.benihbaik.com	Yayasan Benih Baik Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan • Pemberdayaan ekonomi 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan institusi/perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasi sosial • perusahaan
3.	Peduli Sehat	www.pedulisehat.id	Yayasan Peduli Sehat Gotong Royong	Kesehatan	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan institusi/perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasi sosial
4.	Berbuat Baik	www.berbuatbaik.id	CT Arsa Foundation	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasi sosial
5.	Sharing Happiness	www.sharinghappines.org	Yayasan Berbagi Bahagia	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas

				<ul style="list-style-type: none"> • Kesehatan • 5/Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • OMS/Organisasai sosial
6.	We Care	www.wecare.id	Yayasan Pelita Cakrawala Inspirasi	<ul style="list-style-type: none"> • kesehatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan institusi/perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
7.	Tabung Amal	www.tabungamal.id	LAZIS Nurul Falah	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
8.	Infak.id	www.infak.id	LAZNAS Rumah Zakat	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
9.	Kolase	www.kolase.com	PT. Kirai Adiwarna Nusantara (KAWAN)	Seni	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • umbangan institusi/perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasi sosial
10.	Airfunding	www.airfunding.net	KiHeiTai Inc.	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan • Gerakan sosial 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
11.	Ayo Bantu	www.ayobantu.com	Yayasan Ayo bantu peduli Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial

				Gerakan sosial		
12.	Bantoo	www.bantoo.id	Yayasan Generasi bantu Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
13.	Amal sholeh	www.amalsholeh.com	Yayasan Bersama Beramal Sholeh	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
14.	Donasi online	www.donasonline.id	Panti yatim	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
15.	Tangan Peduli	www.tanganpeduli.com	Yayasan Tunas Peduli Kasih	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
16.	Galang	www.galang.co	PT Fattah Tekno Digital	Jasa Pembuatan Crowdfunding/Donasi online	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial

17.	Bersedekah	www.bersedekah.com	PT Pilar Tagihan Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
18.	Pay Bill	www.paybill.id	PT Pilar Tagihan Indonesia	Jasa Pembuatan Crowdfunding/Donasi online	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
19.	Yuk Peduli	www.yukpeduli.id	LAZ Al Kahfi Peduli	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
20.	Rumah Berkat	www.rumahberkat.com	Yayasan Rumah Berkat Bersama	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan • Lingkungan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
21.	My Donasi	www.mydonasi.com	Yayasan Insan Peduli Ummat	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
22.	Buka Conasi	www.bukadonasi.com	Yayasan Buka Donasi	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
23.	Socia Buzz	www.sociabuzz.com	PT Komunika Lintas Maya	Jasa Pembuatan Crowdfunding/Donasi online	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas

					<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • OMS/Organisasai sosial
24.	Donasi Berkah	www.donasiberkah.org	Griya Yatim Dhuafa	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
25.	Indorelawan	www.indorelawan.org	Yayasan Indorelawan	Mobilisasi relawan/volunteer	Sumbangan tenaga dan keahlian	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
26.	Solusi Peduli	www.solusipeduli.org	Yayasan Human Initiative	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
27.	Sedekah Online	www.sedekahonline.com	PPPA Daarul Qur'an Nusantara	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
28.	Aksi Amal	www.aksiamal.com	Yayasan Wujud Aksi Nyata	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • pendidikan 	Sumbangan/donasi keagamaan	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
29.	Tangan Peduli	www.tanganpeduli.com	Yayasan Tunas Pelangi Kasih	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Dumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
30.	Indonesia Beramal	www.Indonesiaberamal.com	Yayasan Mufakat Al-	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial 	Sumbangan/donasi keagamaan	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas

			Banna Indonesia (MABI Foundation).	<ul style="list-style-type: none"> • Kesehatan • pendidikan 		<ul style="list-style-type: none"> • OMS/Organisasai sosial
31.	Amal Mulia	www.harapanmulia.org	Yayasan Harapan Amal Mulia	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • pendidikan 	Sumbangan/donasi keagamaan	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
32.	Xendit	www.xendit.co	PT Sinar Digital Terdepan	Jasa Pembuatan Crowdfunding/Donasi online	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
33.	Zakat Kita	www.zakatkita.org	Yayasan Nurul Hayat	<ul style="list-style-type: none"> • Santunan dan layanan sosial • Kesehatan • pendidikan 	Sumbangan/donasi keagamaan	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
34.	Midtrans	www.midtrans.com	PT Midtrans	Jasa Pembuatan Crowdfunding/Donasi online	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial
35.	Kawan baik	www.kawanbaikindonesia.org	Yayasan Kawan Baik Indonesia	Jasa Pembuatan Crowdfunding/Donasi online	<ul style="list-style-type: none"> • Sumbangan/donasi umum • Sumbangan/donasi keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Individu • Komunitas • OMS/Organisasai sosial