

KEBERLANJUTAN ORGANISASI PELAYANAN SOSIAL MELALUI DUKUNGAN PEMANFAATAN PLATFORM *CROWDFUNDING* DI DOMPET DHUAFA

Fajar Dwi Yanto, S.Sos, Ahmad Zaky, M.Si
Politeknik Kesejahteraan Sosial Bandung

Keywords:

*Crowdfunding, Keberlanjutan,
Organisasi Pelayanan Sosial*

Corresponding Author:

Fajar Dwi Yanto, S.Sos
Politeknik Kesejahteraan
Sosial Bandung
Email:
fajar.dwiyanto19@mhs.uinjkt.ac.id

Abstract: *Indonesia is currently facing the era of the industrial revolution 4.0 where technology, information and communication can be accessed easily, quickly and broadly. In various activities of daily life, the use of high-tech equipment is a necessity and cannot be avoided. The current situation requires social service organizations to make changes both in terms of program management factors and in terms of social service management so that the sustainability of the organization is maintained. In the current era of technology and information development, social media or crowdfunding platforms are the best alternative choices for raising funds for organizational development. The research was conducted on the Dompot Dhuafa crowdfunding platform, using a descriptive qualitative research method which in this study used interview and observation techniques, as well as data collection. This research has a formulation of the problem, namely how the process of organizational sustainability in Dompot Dhuafa and the impact of using crowdfunding for Dompot Dhuafa. The results of the study explain that the use of crowdfunding platforms can be a solution to increase financing for social service organizations that require large amounts of funds. In addition, crowdfunding can also help increase community participation in social activities and provide opportunities for the community to contribute to solving social problems. Although the use of crowdfunding can be a source of funding for organizational activities, it is not the only factor that determines the sustainability of the organization. There are many determinants of organizational sustainability such as good and efficient management, visionary leadership, and organizational ability to adapt to changes in the social, economic and political environment.*

Abstrak: *Indonesia saat ini tengah menghadapi era revolusi industri 4.0 dimana teknologi, informasi dan komunikasi dapat diakses dengan mudah, cepat dan luas. Dalam berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari ini, penggunaan peralatan berteknologi canggih menjadi sebuah kebutuhan dan tidak dapat dielakkan. Situasi saat ini mengharuskan organisasi pelayanan sosial untuk melakukan perubahan baik dari segi faktor manajemen program maupun pada sisi manajemen pelayanan sosialnya agar keberlanjutan organisasi tetap terjaga. Di era perkembangan teknologi dan informasi sekarang ini, media sosial atau platform crowdfunding merupakan alternatif pilihan terbaik untuk melakukan penggalangan dana untuk keberlanjutan organisasi. Penelitian dilakukan pada platform crowdfunding Dompot Dhuafa, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang mana dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan observasi, serta dokumentasi dalam pengumpulan data. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu bagaimana proses keberlanjutan organisasi di Dompot Dhuafa dan dampak penggunaan crowdfunding bagi Dompot Dhuafa. Hasil penelitian menjelaskan bahwa pemanfaatan platform crowdfunding dapat menjadi solusi untuk meningkatkan pendanaan bagi organisasi pelayanan sosial yang membutuhkan dana dalam jumlah besar. Selain itu, crowdfunding juga dapat membantu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosial dan memberikan peluang bagi masyarakat untuk berkontribusi dalam memecahkan masalah sosial. Meskipun penggunaan*

crowdfunding bisa menjadi salah satu sumber pendanaan untuk kegiatan organisasi, namun hal tersebut tidak menjadi satu-satunya faktor yang menentukan keberlanjutan organisasi tersebut. Ada banyak yang menentukan keberlanjutan organisasi seperti, pengelolaan yang baik dan efisien, kepemimpinan yang visioner, serta kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan sosial, ekonomi, dan politik.

PENDAHULUAN

Pada dasarnya perubahan merupakan sebuah keniscayaan yang tidak mungkin dapat dihindari dan menjadi tantangan untuk setiap umat manusia terus bertumbuh dan berkembang seiring dinamika perubahan yang terjadi. Dalam berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari di zaman digital dewasa ini, penggunaan peralatan berteknologi canggih menjadi sebuah kebutuhan dan tidak dapat dielakkan. Selaras dengan fenomena tersebut, (Tjandrawina Raymond, 2016) menyatakan bahwa otomatisasi saat ini berlangsung di semua bidang kehidupan manusia, teknologi dan pendekatan baru berupaya menggabungkan dunia fisik, teknologi digital, dan aspek biologi secara fundamental sehingga akan mengubah pola hidup dan interaksi manusia. (Yahya, 2018) menyatakan bahwa interaksi di tingkat mikro yaitu antara individu hingga tingkat makro antar komunitas dan antar bangsa terjadi dengan sangat cepat.

Kasali, 2018, (dalam Santoso et al., 2020) mengatakan bahwa dalam era revolusi industri 4.0, kemajuan teknologi ditandai oleh enam fondasi teknologi, yaitu: *Internet of Thing* (IoT), *Cloud Computing*, *Big Data Analytics*, *Artificial Intelligence*, *Super Apps*, dan *Broadband Infrastructure*. Kemajuan yang saling terkait dari teknologi ini membawa pendekatan baru dalam membangun hubungan sosial antara individu melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang terhubung secara luas. Hal ini memungkinkan interaksi manusia yang saling terhubung dari berbagai belahan dunia dan oleh Kasali disebut sebagai era *Hyper Connected*.

Dengan adanya pergerakan yang signifikan di era revolusi 4.0 ini berdampak pada peningkatan penggunaan internet di Indonesia. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) di tahun 2019 sampai 2020 aktivitas pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 73,7% dan naik dari 64,8% dari tahun 2018. Maka, jika dikaitkan dengan proyeksi BPS mengenai populasi penduduk di Indonesia tahun 2019 sebesar 266.911.900 juta diperkirakan jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 196,7 juta pengguna. Jumlah ini mengalami peningkatan dari 171 juta di tahun 2019 dengan penetrasi 73,7% atau naik sekitar 8,9% (sekitar 25,5 juta pengguna). Dan berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Hootsuite dan We Are Social bahwa sampai pada Januari 2021 pengguna media sosial di Indonesia mencapai angka 170 juta orang dan naik sebesar 10 juta orang atau 6,3% dari tahun sebelumnya.

Di era perkembangan teknologi dan informasi sekarang ini, media sosial atau platform *crowdfunding* merupakan alternatif pilihan terbaik, ketika berupaya mendekatkan antara

pemberi bantuan dengan penerima manfaat (*beneficiaries*). Media sosial dan *crowdfunding* memungkinkan lembaga non-pemerintah untuk mengumpulkan dana dengan cara yang lebih terbuka, mudah diakses, dan transparan.

Dalam praktiknya, *crowdfunding* memanfaatkan jaringan media sosial seperti Facebook, Twitter, LinkedIn, dan situs lainnya untuk mengumpulkan dana dari berbagai pihak. Bagi para pengusaha, *crowdfunding* menjadi alternatif solusi untuk mendapatkan pendanaan dengan cara yang lebih fleksibel dan kreatif.

Meskipun *crowdfunding* terdengar sebagai prinsip modern, praktik ini telah ada selama bertahun-tahun. Pada masa lampau, bangsawan dan orang kaya menggunakan *crowdfunding* untuk membiayai artis seperti Alexander Pope dan Wolfgang Amadeus Mozart. Mereka mengumpulkan dana agar artis dapat melanjutkan karya mereka. Praktik serupa juga terjadi pada abad ke-18, di mana Jonathan Swift membentuk Irish Loan Fund yang memberikan pinjaman kepada keluarga miskin di Dublin. Orang-orang kaya melihat ini sebagai cara kolektif untuk mendukung mereka yang kurang mampu. Pada tahun 1885, terjadi juga penggalangan dana untuk Patung Liberty, di mana Joseph Pulitzer melalui surat kabarnya menawarkan versi kecil patung sebagai imbalan bagi para donatur. Kampanye ini berhasil memindahkan Patung Liberty ke-New York. Dengan demikian, praktik *crowdfunding* telah ada dalam berbagai bentuk dan contoh sepanjang sejarah (Wirawan, 2019).

Pada tahun 2012, sistem *crowdfunding* mulai diperkenalkan di Indonesia dengan fokus pada bidang sosial non-profit seperti kesehatan, pendidikan, lingkungan, dan budaya. Mengikuti perkembangan investasi global, terutama di bidang *equity crowdfunding*, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan peraturan pada tahun 2018 yang menjadi dasar bagi *equity crowdfunding* di Indonesia. Peraturan tersebut, yaitu Peraturan OJK Nomor 37/POJK.04/2018 tentang Layanan Urut Dana Melalui Penawaran Saham, kemudian mengalami perubahan pada tahun 2020 dengan Peraturan OJK Nomor 57/POJK.04/2020 tentang Penawaran Efek Melalui Layanan Urut Dana Berbasis Teknologi Informasi. Melalui perubahan ini, diperkenalkan sistem *crowdfunding* baru yang disebut *securities crowdfunding* yang merupakan penyempurnaan dari *equity crowdfunding*.

Otoritas Jasa Keuangan telah mengelompokkan *crowdfunding* menjadi empat jenis. Pertama adalah *equity-based crowdfunding* yang merupakan *crowdfunding* berbasis permodalan atau kepemilikan saham. Kedua, *lending-based crowdfunding* yang merupakan *crowdfunding* berbasis kredit atau utang piutang. Ketiga, *reward-based crowdfunding* yang merupakan *crowdfunding* berbasis hadiah. Terakhir, *donation-based crowdfunding* yang merupakan *crowdfunding* berbasis donasi.

Hemer, 2011, (dalam Santoso et al., 2020) mengatakan bahwa dalam pengimplementasiannya aktivitas *crowdfunding* tersebut terdiri dari tiga tokoh utama, yaitu

pemilik situs berplatform *crowdfunding*, pemilik proyek sosial, dan donatur. Seluruh aktivitas tersebut dilakukan dalam jejaring internet dan di Indonesia sendiri telah banyak situs yang melakukan aktivitas ber-platform *crowdfunding*, salah satunya adalah Dompot Dhuafa.

Dompot Dhuafa adalah sebuah lembaga zakat nasional yang bertujuan untuk mengurangi kemiskinan melalui lima pilar program utama yang mencakup aspek perekonomian, pendidikan, kesehatan, budaya, sosial, dan dakwah. Sebagai lembaga pelayanan sosial di Indonesia, Dompot Dhuafa telah mengadopsi konsep *crowdfunding* walaupun pemanfaatan *crowdfunding* di Dompot Dhuafa masih tergolong relatif baru dalam dunia digital. Meskipun begitu, hasil penelitian menunjukkan bahwa Dompot Dhuafa berhasil meningkatkan jumlah penggalangan dana hingga 17% pada bulan Ramadhan tahun 2020. Hal ini juga didukung oleh hasil riset dari *Gopay Digital Donation Outlook 2020* yang menunjukkan bahwa Dompot Dhuafa dan BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) merupakan dua situs organisasi yang paling sering digunakan untuk bertransaksi, dengan persentase Dompot Dhuafa sebesar 35% dan BAZNAS sebesar 25%. Dengan adanya peningkatan yang diraih oleh Dompot Dhuafa dalam hal penggalangan dana secara online, tetapi salah aspek yang memiliki pengaruh kuat terhadap peningkatan tersebut adalah perlunya inovasi yang dilakukan organisasi pelayanan sosial dalam membangun pendanaan yang berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif kualitatif dengan mendeskripsikan bagaimana proses keberlanjutan organisasi di Dompot Dhuafa dan dampak penggunaan *crowdfunding* bagi Dompot Dhuafa. Peneliti coba untuk mempelajari, menggambarkan dan mengamati proses keberlanjutan di Dompot Dhuafa serta dampak yang terjadi setelah Dompot Dhuafa memanfaatkan platform *crowdfunding*. Menggunakan Pendekatan kualitatif juga peneliti juga coba melakukan penyelidikan dan pemahaman terhadap suatu fenomena dari sudut pandang yang diteliti, kemudian hasil penyelidikan disajikan dalam bentuk narasi (Creswell, 2009). Pendokumentasian kejadian nyata, merekam apa yang orang katakan (dengan kata-kata, gesture tubuh, dan tone), mengamati lingkungan secara spesifik, mempelajari dokumen tertulis atau menjelaskan image visual juga dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat.

A. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, juga Studi dokumentasi, observasi partisipatif dilakukan melalui website dari Dompot Dhuafa serta beberapa pihak yang terkait.

B. Metode Analisis Data

Kemudian Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Dompet Dhuafa

Dompet Dhuafa adalah salah satu organisasi nonprofit di Indonesia yang bertugas untuk melayani masyarakat miskin dengan pendekatan budaya melalui kegiatan filantropi. Filantropi dapat didefinisikan sebagai aktivitas yang dilakukan secara sukarela untuk kemaslahatan umum. Filantropi juga dapat diartikan sebagai sumbangan baik berupa materi maupun non materi yang diberikan untuk mendukung kegiatan sosial tanpa adanya imbalan terhadap pemberi sumbangan. Secara umum filantropi berarti cinta yang diwujudkan dalam bentuk kebersamaan terhadap sesama manusia. Semangat filantropi Islam dapat dilihat dari pelaksanaan zakat, infak, sedekah, wakaf, dan lain-lain (Saripudin, 2016). Secara singkat Dompet Dhuafa melakukan kegiatan sosial dengan dana ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf, serta dana lain yang halal dan legal baik itu dari individu, kelompok, perusahaan atau lembaga).

Sejarah Dompet Dhuafa diawali pada saat Koran Republika mengadakan promosi di Stadion Kridosono Yogyakarta pada bulan April tahun 1993 setelah tiga bulan melakukan penerbitan. Perbincangan dimulai pada saat tim Koran Republika sedang makan siang bersama kawanannya dari Corps Dakwah Pedesaan (CDP) di bawah pimpinan Ustaz Umar Sanusi dan almarhum Bapak Jalal Mukhsin selaku binaannya pegiat daerah di daerah miskin Gunung Kidul.

Saat bincang-bincang tersebut CDP melaporkan kegiatan apa saja yang dilakukan oleh tim seperti mengajar ilmu pengetahuan umum, mengajar ilmu agama Islam, serta pemberdayaan masyarakat miskin. Secara singkat tim CDP berfungsi sebagai guru, dai, bahkan aktivis sosial juga. Oleh sebab itu Parni Hadi selaku Pemimpin Umum Republika bertanya berapa honor yang didapat oleh tim CDP per bulan, tim CDP menjawab "Masing-masing menerima enam ribu rupiah sebulan." Lebih mencengangkan lagi ternyata honor tersebut bersumber dari uang yang sengaja disisihkan mahasiswa dari kiriman orang tua perbulan.

Mengetahui hal tersebut Parni Hadi kemudian bertekad akan melakukan sesuatu untuk membantu teman-teman CDP. Bagaimana tidak kaget dan terheran-heran, enam ribu merupakan jumlah yang sangat kecil di Yogyakarta, apalagi di Jakarta. Hal itu kemudian menjadi inspirasi atas lahirnya Dompet Dhuafa Republika. Bermula dari penggalangan dana internal, Republika lalu mengajak masyarakat juga ikut serta menyisihkan dana melalui rubrik yang ada di halaman depan Harian Umum Republika dengan judul "Dompet Dhuafa". Kolom yang terbit pada 2 April 1993 itu kemudian ditandai sebagai hari jadi Dompet Dhuafa Republika.

Tidak disangka-sangka ternyata rubrik tersebut mendapat sambutan yang luar biasa. Hal ini dapat dilihat dari dana yang terkumpul pada hari pertama berjumlah Rp 425.000,- dan pada akhir tahun pertama terkumpul sekitar Rp 300.000.000,-. Besarnya sambutan yang didapatkan oleh Dompot Dhuafa menyebabkan diperlukannya lembaga formal yang dikelola oleh Republika tersebut. Pada 4 September 1994 akhirnya didirikan Yayasan Dompot Dhuafa Republika. Pembentukan yayasan dilakukan di depan notaris H. Abu Yusuf, SH pada tanggal 14 September 1994, dan diumumkan dalam Berita Negara RI 163/A.YAY.HKM/1996/PNJAKSEL.

Semakin lama Dompot Dhuafa semakin terlihat profesional dengan meluasnya program yang semula hanya fokus kepada bantuan kalangan tak berpunya, kemudian menjadi program-program lain seperti bantuan ekonomi, kesehatan, pendidikan, dan bantuan bencana. Tidak hanya itu, bantuan yang semula hanya bersifat lokal, semakin lama cakupannya menjadi nasional bahkan juga internasional.

Berdasarkan Undang-undang RI nomor 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, maka Dompot Dhuafa ditetapkan sebagai institusi pengelola zakat yang dibentuk oleh masyarakat. Lalu pada tanggal 8 Oktober 2001, dikeluarkan Surat Keputusan Nomor 439 Tahun 2001 oleh Menteri Agama Republik Indonesia tentang pengukuhan Dompot Dhuafa Republika sebagai lembaga amil zakat nasional. Kemudian pada 10 Oktober 2001, Dompot Dhuafa akhirnya dikukuhkan untuk pertama kalinya sebagai Lembaga Zakat Nasional oleh Departemen Agama RI (Republika, 2022).

2. Proses Keberlanjutan Organisasi di Dompot Dhuafa

Dompot Dhuafa dalam menjaga keberlanjutan organisasi tidak hanya bergantung kepada dana dari *crowdfunding*, meskipun penggunaan *crowdfunding* bisa menjadi salah satu sumber pendanaan untuk kegiatan organisasi Dompot Dhuafa, namun hal tersebut tidak menjadi satu-satunya faktor yang menentukan keberlangsungan organisasi tersebut. Dompot Dhuafa juga dapat memperoleh pendanaan melalui berbagai sumber seperti donasi dari individu, lembaga pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), dan perusahaan swasta yang peduli terhadap masalah sosial dan kemanusiaan.

Selain faktor pendanaan, keberlangsungan organisasi juga sangat bergantung pada pengelolaan yang baik dan efisien, kepemimpinan yang visioner, dan kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan sosial, ekonomi, dan politik. Oleh karena itu, penting bagi Dompot Dhuafa untuk terus meningkatkan kualitas manajemen dan program-programnya agar dapat mempertahankan keberlangsungan organisasi secara jangka panjang. Dalam hal ini, Dompot Dhuafa sejak awal karena berfokus pada membantu kaum dhuafa terlepas dari belenggu kemiskinan, maka dalam setiap program-programnya mengupayakan tidak hanya caritas tapi juga *sustainability* dan teruji ada kaji dampaknya.

Dompet Dhuafa juga mendirikan dua lembaga riset, satu lembaga riset dan *training* yang namanya Institut Manajemen Zakat (IMZ) dan yang kedua ada IDEAS. Dua lembaga ini memiliki ciri khas masing-masing. IMZ melakukan riset teoristik berbasis buku kemudian memberikan *training* dan IDEAS yang melakukan riset kaji dampak atas program-program yang dilakukan. Ada tenaga-tenaga pendamping yang mendapatkan diamanahkan dan mandatkan kepada pejabat atau pemda setempat untuk menjadi pemantau bagaimana program-program ini bisa berlanjut.

Mewujudkan keberlanjutan organisasi melalui tata kelola yang sesuai prinsip *good governance*, *good corporate governance*, serta pemenuhan prinsip syariah dan perkembangan teknologi informasi. Semua ini dibingkai dalam nilai lembaga atau biasa disebut *core value* dengan singkatan “INSPIRE” merupakan kependekan dari integritas, sinergi, profesionalitas, inovatif dan responsif. Bicara tentang keberlanjutan lembaga, hingga hari ini Dompet Dhuafa senantiasa tetap dijaga *core valuenya* sampai hari ini tidak berubah, tetapi melakukan moderasi atau percepatan-percepatan untuk beradaptasi terhadap perubahan.

Adapun proses keberlanjutan organisasi yang dilakukan oleh Dompet Dhuafa sebagai berikut:

a. Menerapkan Rencana Strategis Lima Tahun (Renstra)

Dompet Dhuafa dalam menjaga keberlanjutan organisasi menerapkan Renstra yang bertujuan untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan kegiatan organisasi agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan, termasuk dalam menjaga keberlanjutan organisasi. Penerapan Renstra di Dompet Dhuafa meliputi strategi meningkatkan kualitas dan kuantitas program, efektivitas dan efisiensi pengelolaan organisasi, kerja sama dengan berbagai pihak, dan meningkatkan kapasitas relawan dan karyawan. Penggunaan Renstra sebagai instrumen penting dalam menjaga keberlanjutan organisasi ini didasarkan pada teori perencanaan strategis yang menekankan pentingnya rencana strategis yang jelas, analisis lingkungan internal dan eksternal organisasi, dan pemantauan serta evaluasi terhadap pelaksanaan rencana strategis.

Dalam melakukan program kerjanya Renstra menjadi komponen utama yang mempunyai peran penting dalam mengelola program/kegiatan. Dalam Renstra telah jelas disebutkan bahwa dalam tahap ini memberikan umpan balik terhadap implementasi perencanaan, karena perencanaan dipandang sebagai suatu siklus yang berkelanjutan dan dinamis sesuai dengan perkembangan kondisi situasi baik secara internal maupun eksternal. Perubahan tersebut akan berdampak pada sasaran-sasaran yang diharapkan tercapai. Oleh sebab itu, pada implementasi Renstra harus dilakukan monitoring dan evaluasi secara periodik dan berkelanjutan.

Dalam pembentukan Renstra, jika di tahun kedua terdapat kejadian yang tidak diinginkan, maka Dompet Dhuafa sebagai lembaga yang agile dan lembaga yang adaptif terhadap perubahan, rencana strategis lima tahun tetap berjalan karena sifatnya sudah baku dan tidak bisa diutak atik, tetapi jika terjadi sesuatu yang memaksa untuk melakukan modernisasi atau melakukan

perubahan fundamental, maka *president letter* yang menurunkan Rencana Strategis menjadi program kerja.

b. Melakukan Pembelaan dan Pelayanan untuk Mendorong Transformasi Masyarakat Berbasis Keadilan

Dompet Dhuafa turut memberikan pembelaan dan pelayanan kepada masyarakat sehingga menjadi berdaya dan mendorong transformasi masyarakat berbasis keadilan. Dalam hal ini Dompet Dhuafa melakukan pemberdayaan keadilan melalui cerita yang informatif, edukatif, inspiratif dan memiliki nilai emosional cukup tinggi sehingga diharapkan hal tersebut dapat membangun perspektif yang sesuai dengan tujuan *campaign* Dompet Dhuafa.

Dalam menjalankan tugasnya, Dompet Dhuafa memiliki berbagai program yang mencakup pendidikan, kesehatan, ekonomi, serta program bencana. Program pendidikan dirancang untuk meningkatkan akses pendidikan bagi anak-anak dari keluarga yang kurang mampu, seperti beasiswa, sekolah gratis, dan bantuan kebutuhan sekolah lainnya. Program kesehatan bertujuan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat yang kurang mampu dengan menyediakan layanan klinik gratis, bantuan obat-obatan, dan layanan kesehatan lainnya. Program ekonomi mencakup bantuan modal usaha, pelatihan keterampilan, dan program bantuan lainnya untuk membantu masyarakat yang kurang mampu meningkatkan perekonomiannya.

Selain program-program tersebut, Dompet Dhuafa juga terlibat dalam berbagai kegiatan yang menyangkut hak asasi manusia, seperti perlindungan terhadap kekerasan terhadap perempuan dan anak, pemenuhan hak-hak anak, serta advokasi untuk masyarakat yang terdiskriminasi. Dengan berbagai program dan kegiatan yang dilakukan, Dompet Dhuafa berkomitmen untuk mendorong transformasi masyarakat berbasis keadilan dengan bekerja sama dengan berbagai pihak, termasuk masyarakat, pemerintah, dan dunia usaha. Dompet Dhuafa berupaya untuk memberikan layanan yang terbaik bagi masyarakat yang membutuhkan, sehingga tercipta masyarakat yang adil, sejahtera, dan berdikari.

c. Assessment

Pada indikator ketiga yaitu *assessment* Dompet Dhuafa menjadi ujung tombak dalam menentukan yang namanya penerima manfaat. Status penerima manfaat ini cukup banyak yang ditentukan oleh negara, Dompet Dhuafa dengan prosedurnya sendiri membuat baku mutu dalam hal status kedhuafaan atau kemustahikan seseorang. Proses penentuan kriteria mustahik di Dompet Dhuafa dilakukan secara selektif. Sehingga perlu adanya seleksi, pertimbangan, dan penelusuran terhadap calon mustahik yang akan mendapatkan bantuan.

Dompet Dhuafa dalam menentukan kriteria kemustahikan seseorang, biasanya melakukan *survey/assessment* langsung ke rumah mustahik dengan menggunakan *scoring tool* yang disebut e-survey, nanti total nilai hasil survey menjadi salah satu indikator orang tersebut

layak dibantu atau tidak atau sangat perlu dibantu. Tujuan dari *scoring tool* ini adalah untuk memastikan bahwa bantuan sosial yang diberikan tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan serta kemampuan penerima manfaat.

Penggunaan *scoring tool* Dompot Dhuafa dilakukan melalui proses verifikasi data dan kunjungan lapangan untuk mengevaluasi kondisi riil penerima manfaat. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dihitung skor totalnya. Skor total ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk menentukan jenis dan jumlah bantuan sosial yang akan diberikan kepada penerima manfaat.

Dengan menggunakan *scoring tool*, diharapkan bantuan sosial yang diberikan Dompot Dhuafa dapat lebih tepat sasaran dan efektif dalam membantu masyarakat yang membutuhkan. Selain itu, *scoring tool* ini juga memastikan bahwa penerima manfaat tidak hanya diberikan bantuan secara sekali-sekali, tetapi juga diberikan pendampingan untuk memperbaiki kondisi ekonomi, kesehatan, pendidikan, dan lingkungan mereka secara berkelanjutan.

d. Adaptasi Konvergensi Teknologi Informasi

Dalam hal ini, Dompot Dhuafa melakukan investasi yang cukup besar di bidang Teknologi dan Informasi karena bidang ini merupakan bidang yang paling vital untuk Dompot Dhuafa agar bisa bersaing dengan lembaga-lembaga lain.

Dompot Dhuafa dalam melakukan pembuatan website ini menggunakan vendor karena kalo menggunakan pegawai sendiri budgetnya terlalu over. Untuk bagian development website, maintenancenya menggunakan vendor, tapi untuk mengelola, mengisi konten, optimasi terus mendistribusikan ke kanal-kanal itu ada karyawannya tersendiri. Dompot Dhuafa juga memiliki tim IT yang lebih fokus pada dukungan teknis daripada pemrograman. Meskipun ada beberapa programmer, termasuk project manager, jumlahnya terbatas. Jika kami membentuk tim sendiri untuk membangun situs donasi, itu akan menjadi beban keuangan yang sangat besar. Misalnya, gaji tim tersebut dapat mencapai 50 juta per bulan, yang berarti bisa menghabiskan sekitar 600-700 juta dalam setahun hanya untuk pemeliharaan. Jadi Dompot Dhuafa memutuskan untuk bekerja sama dengan vendor agar biaya lebih terjangkau dan lebih aman.

Oleh karena itu, Dompot Dhuafa dalam menjawab problematika umat mempunyai sinergitas dan penyesuaian terhadap perubahan zaman seperti yang dilakukan oleh beberapa lembaga lainnya yang memiliki akses teknologi dan memudahkan muzakki sehingga tidak membayar zakat langsung ke mustahik. Tentunya Dompot Dhuafa juga sudah menerapkan hal tersebut dengan pendekatan berbasis digitalisasi.

e. Human Resources

Pengelolaan SDM dilakukan oleh Divisi Human Capital. Adapun untuk jejaring dan cabang dilakukan oleh masing-masing bagian *Human Resource Development*. Untuk koordinasi dan

sharing aktivitas kegiatan pengelolaan sumber daya manusia antara Dompot Dhuafa Filantropi dan jejaringnya, dilakukan dalam kegiatan Forum HRD yang diadakan minimal delapan kali dalam setahun bertempat di kantor pusat Dompot Dhuafa. Kegiatan utama yang dilakukan *human capital* dalam pengelolaan sumber daya manusia di antaranya adalah *recruitment, training and development, industrial relation, dan compensation benefit*. Proses rekrutmen SDM dilakukan melalui jalur reguler dan *Management Trainee* (MT).

Perubahan lingkungan yang begitu cepat menuntut Dompot Dhuafa untuk mengambil langkah strategis agar organisasi dapat terus berkembang dengan baik sesuai dengan perubahan yang terjadi. Langkah strategis yang dapat diambil oleh Dompot Dhuafa salah satunya adalah merubah peran. *human resources* Pada indikator *human resources* fokus utamanya yaitu melakukan *upgrading skills* untuk internal Dompot Dhuafa seperti *basic life skills* dan *event life skills* hingga orang tersebut bisa menjadi *trainer* atau *mentoring* untuk pengembangan dompet dhuafa ataupun lembaga-lembaga lain. Hal ini bertujuan untuk terciptanya keberlanjutan organisasi dengan diisi oleh orang-orang yang berkompeten di bidangnya melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan.

3. Dampak Penggunaan Platform *Crowdfunding* bagi Keberlanjutan Organisasi di Dompot Dhuafa

Keberlanjutan sebuah lembaga sangat dipengaruhi oleh ketersediaan terhadap sumber dana yang cukup untuk membiayai kebutuhan operasional dan program yang dirancang. Fakta menunjukkan bahwa tidak ada satupun lembaga yang dapat bertahan menjalankan aktivitas dan programnya bila tidak didukung oleh sumber dana yang kuat.

Penggalangan dana melalui filantropi masyarakat merupakan solusi dalam mengatasi krisis keuangan di lembaga organisasi pelayanan sosial selain mengefektifkan fundraising unit-unit usaha yang dimiliki. Karena itu, lembaga pelayanan sosial perlu menyiasati upaya menggalang dana melalui filantropi masyarakat.

Tidak dapat dipungkiri, bahwa melalui kehadiran teknologi informasi, yang ditunjang dengan akses internet memadai, maka segala kebutuhan masyarakat menjadi mudah dipenuhi. Melalui teknologi informasi ini pula, banyak dimunculkan berbagai inovasi yang bertujuan untuk memudahkan kehidupan masyarakat.

Sektor keuangan, menjadi salah satu bidang yang harus memanfaatkan teknologi informasi dalam setiap kegiatan turunannya, seperti pembiayaan, perbankan, asuransi, atau perusahaan efek.

Kegiatan teknologi finansial yang tumbuh, ditandai dengan berbagai inovasi dalam sistem keuangan. *Crowdfunding* adalah satu dari sekian banyak bentuk inovasi yang ditawarkan melalui teknologi finansial. *Crowdfunding* dapat dikatakan juga sebagai sarana pembiayaan, dengan

prinsip dasar gotong-royong. Artinya, melalui skema *crowdfunding* sebenarnya mampu menciptakan iklim pembiayaan yang seimbang dan merata.

Sebagaimana yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa dalam memanfaatkan platform *crowdfunding* untuk memberdayakan masyarakat melalui program-program yang ada. Dalam memanfaatkan platform *crowdfunding*, Dompot Dhuafa telah merencanakan proses-proses yang telah disebutkan diatas, tapi tentunya penggunaan *crowdfunding* bukan satu-satunya faktor untuk keberlanjutan organisasi karena tujuan *crowdfunding* adalah mendapatkan dana melalui urunan dengan nominal sedikit dengan dukungan banyak orang. Dengan demikian diperlukan keterlibatan masyarakat dalam jumlah yang besar.

Sejak era pandemi tepatnya pada tahun 2020 awal emang masyarakat itu lebih melek digital. Masyarakat yang melek digital itu bukan hanya kaum millenial, GenZ, tapi semua masyarakat karena terpaksa dan dipaksa momentum pandemi itu membuat semua orang melek digital. Kita melihat melek digital ini hanya terjadi kepada masyarakat yang melakukan transaksi jual beli. Maka dirasa sangat penting, Dompot Dhuafa akhirnya fokus untuk mengembangkan digitalnya salah satunya dengan *crowdfunding*. *Crowdfunding* di Dompot Dhuafa memiliki dua tujuan, yaitu untuk akuntabilitas transparansi dan yang kedua sebagai kolaborasi untuk masyarakat secara luas. Masyarakat ataupun Donatur di Dompot Dhuafa sudah mulai mengarah ke digital dan mengadopsi untuk menggunakan *crowdfunding*. Yang terpenting ada dua hal yakni kolaborasi antar berbagai pihak dengan *stakeholder* Dompot Dhuafa untuk saling mendukung dan melakukan penguatan, satu lagi untuk akuntabilitas dan transparansi. Karena dalam *crowdfunding* itu semua aktivitasnya terpublikasi secara jelas penggunaan dananya ataupun rencana-rencananya. Sehingga sejak Dompot Dhuafa menerapkan *crowdfunding* membuat akuntabilitas transparansi keuangan lebih terbuka dan membuat masyarakat lebih mudah untuk berdonasi sehingga mampu menaikkan hasil penggalangan dana hingga 17%.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan hasil penelitian mengenai keberlanjutan organisasi pelayanan sosial melalui dukungan pemanfaatan platform *crowdfunding* di Dompot Dhuafa, sebagai berikut:

1. Dompot Dhuafa merupakan salah satu lembaga organisasi pelayanan sosial yang sudah menerapkan dan memaksimalkan penggunaan platform *crowdfunding* untuk mendapatkan sumber dana dan menjaga keberlanjutan organisasi. Pemanfaatan platform *crowdfunding* dapat menjadi solusi untuk meningkatkan pendanaan bagi organisasi pelayanan sosial yang membutuhkan dana dalam jumlah besar. Selain itu, *crowdfunding* juga dapat membantu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosial dan memberikan peluang bagi masyarakat untuk berkontribusi dalam memecahkan masalah

sosial. Dompot Dhuafa dalam menjaga keberlanjutan organisasi tidak hanya bergantung kepada dana dari *crowdfunding*, meskipun penggunaan *crowdfunding* bisa menjadi salah satu sumber pendanaan untuk kegiatan organisasi Dompot Dhuafa, namun hal tersebut tidak menjadi satu-satunya faktor yang menentukan keberlanjutan organisasi tersebut. Selain faktor pendanaan, keberlanjutan organisasi juga sangat bergantung pada pengelolaan yang baik dan efisien, kepemimpinan yang visioner, dan kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan sosial, ekonomi, dan politik.

2. Melalui berbagai program yang dirancang untuk membantu masyarakat yang kurang mampu dan terpinggirkan, Dompot Dhuafa berupaya untuk memperjuangkan hak-hak masyarakat yang terdiskriminasi serta memberikan layanan yang bermanfaat bagi masyarakat yang membutuhkan. Dompot Dhuafa juga terlibat dalam berbagai kegiatan yang menyangkut hak asasi manusia, seperti perlindungan terhadap kekerasan terhadap perempuan dan anak, pemenuhan hak-hak anak, serta advokasi untuk masyarakat yang terdiskriminasi. Dengan berbagai program dan kegiatan yang dilakukan, Dompot Dhuafa berkomitmen untuk mendorong transformasi masyarakat berbasis keadilan dengan bekerja sama dengan berbagai pihak, termasuk masyarakat, pemerintah, dan dunia usaha. Dompot Dhuafa berupaya untuk memberikan layanan yang terbaik bagi masyarakat yang membutuhkan, sehingga tercipta masyarakat yang adil, sejahtera, dan berdikari. Seiring keberhasilan yang telah dicapai oleh Dompot Dhuafa dalam hal tercapainya penerima manfaat yang tepat sasaran, terdapat beberapa kendala, terutama dalam penyeleksian dan penentuan penerima manfaat. Untuk itu guna membantu menentukan kriteria penerima manfaat, maka dibutuhkan rekomendasi agar proses analisis dan penilaian berjalan secara objektif, selain itu Dompot Dhuafa juga berkolaborasi dengan pemerintah sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan supaya program yang Dompot Dhuafa kerjakan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (A. Husnu Abadi, A.Md. (ed.); Issue March). CV Pustaka Ilmu Group.
- Asep Kurniawan, M., Dr., A. (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Aziz, I. A., Nurwahidin, N., & Chailis, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 94–108.
- Dhuafa, D. (2022). *Company Profile Dompot Dhuafa*. Dompot Dhuafa. <https://publikasi.dompotdhuafa.org/wp-content/uploads/2022/11/2022-Comp-Profile-DD-1.pdf>

Hemer, J. (2011). A snapshot on crowdfunding. *Enconstor*, 39.

Saripudin, U. (2016). Filantropi Islam Dan Pemberdayaan Ekonomi. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 4(2), 165. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v4i2.2697>

Tjandrawina Raymond. (2016). Industri 4.0: Revolusi industry abad ini dan pengaruhnya pada bidang kesehatan dan bioteknologi. *Jurnal Medicinus*, Vol 29, Nomor 1, Edisi April. *Jurnal Medicinus*, Vol 29, No(1), 31–39.