

**PEMANFAATAN *CROWDFUNDING PLATFORM*
SEBAGAI TINDAKAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL
(Studi Pada Aksi Pembangunan Madrasah di Kamboja
oleh Komunitas *Banana Pirate IPB*)**

SHABRINA MAWARFINA

Guru Sosiologi SMA Negeri 76 Jakarta

Email: shabrina.mawarfina@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk aksi sosial pembangunan madrasah di Kamboja, mendeskripsikan pemanfaatan media sosial dan *crowdfunding platform*, dan menjelaskan program aksi pembangunan madrasah dan pemanfaatan *crowdfunding platform* sebagai tindakan kewirausahaan sosial. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan pemanfaatan *crowdfunding platform* untuk aksi pembangunan madrasah di Kamboja yang dijalankan oleh Komunitas *Banana Pirates* merupakan bentuk dari tindakan kewirausahaan sosial karena telah memiliki 4 elemen kewirausahaan sosial.

Kata kunci: *kewirausahaan sosial, filantropi, aksi sosial, crowdfunding platform*

PENDAHULUAN

Komunitas Muslim Cham merupakan kaum minoritas di Kamboja yang jumlahnya hanya berkisar 1,6% dari keseluruhan populasi penduduk di Kamboja. Selama periode pemerintahan Khmer Merah, etnis Cham seringkali dianiaya dikarenakan identitas agama mereka sebagai seorang Muslim. Hingga sampai saat ini, mereka masih terpinggirkan di berbagai aspek kehidupan. Salah satu permasalahannya ialah pada aspek pendidikan keagamaan.

Di Kamboja tidak adanya aksesibilitas anak-anak Cham untuk belajar mengenai ilmu agama Islam. Hal tersebut dikarenakan pendidikan agama Islam tidak terintegrasi dengan pendidikan formal dan kurikulum pendidikan di Kamboja. Oleh sebab itu, anak-anak Cham memutuskan untuk belajar agama di luar pendidikan formal dan bergantung kepada pemuka agama setempat untuk diajarkan ilmu agama Islam.

Anak-anak Muslim Cham terpaksa belajar di tempat sederhana yang disediakan warga dikarenakan tidak tersedianya bangunan madrasah di wilayah Kampong Cham. Hal tersebut membuat anak-anak Muslim Cham di Kamboja terpaksa belajar di tempat sederhana yang disediakan warga. Kelas yang digunakan hanyalah sebuah petak di bawah kolong rumah warga. Lahan untuk pembangunan madrasah sudah tersedia namun permasalahan yang dihadapi masyarakat Cham sampai saat ini pembangunan madrasah masih terhambat karena terkendala dana. Melihat realitas tersebut, komunitas Banana Pirates (*Sociotravelling Community IPB*) dan rekan WNI di Kamboja membuat aksi sosial untuk pembangunan madrasah di Kampong Cham, Kamboja.

Komunitas Banana Pirates memanfaatkan 2 hal dalam menjalankan aksi sosialnya untuk mengatasi permasalahan sosial di Kamboja, yakni tingkat kedermawanan masyarakat Indonesia yang tinggi dan penggunaan internet yang *massive* oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan survey dari CAF world giving tahun 2017, Indonesia menempati posisi 2 teratas dari 20 negara dengan indeks skor 60% (presentase yang tinggi) pada laporan tingkat kedermawanan masyarakat dari seluruh dunia (Charities Aid, 2017). Selanjutnya berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia, penggunaan Internet pada masyarakat Indonesia tahun 2017 diperkirakan mencapai 112 juta *netter*. Angka yang terbilang tinggi karena dilihat dari tahun sebelumnya (2014) populasi *netter* berjumlah 83,7 juta *netter* (www.kominfo.go.id). Kedua hal tersebut dipadukan dengan memanfaatkan penggunaan

crowdfunding platform sebagai media penggalangan dana secara *online*. Selain itu, aktivitas dan usaha yang dilakukan oleh Komunitas *Banana Pirates* untuk mengatasi permasalahan sosial di Kamboja dilihat sebagai bentuk dari tindakan kewirausahaan sosial.

Crowdfunding Platform menawarkan kemudahan untuk sebagian pelaku wirausaha sosial yang sedang menjalankan proyek sosialnya. Sebagaimana merujuk pada penelitian sebelumnya bahwa *Crowdfunding Platform* menjadi salah satu inovasi terbaru di dunia kewirausahaan sosial. Menurut hasil penelitian David Gedda, Billy Nilsson dan kawan-kawan, *Crowdfunding Platform* dapat membantu wirausahawan sebagai alat penyedia informasi tentang pembayaran/pembiayaan proyek. Selain itu, dapat meningkatkan peluang untuk keberhasilan pendanaan proyek-proyek mereka (Gedda, 2016). Hal tersebut juga diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan Wandu Adiansah bahwa *Crowdfunding* sangat berpotensi untuk mendanai berbagai proyek sosial maupun sebagai salah satu metode fundraising yang dapat dilakukan oleh lembaga pelayanan sosial. Terlebih potensi *crowdfunding platform* di Indonesia ini didukung oleh tingginya minat filantropi masyarakat Indonesia dan juga dengan semakin pesatnya penggunaan internet di Indonesia (Adiansyah, 2016).

Pemanfaatan *crowdfunding platform* oleh pelaku wirausaha sosial dalam menjalankan proyek sosial tentu sebatas inovasi dalam kewirausahaan sosial. Oleh karena itu, inovasi tersebut harus diimbangi dengan aksi kolektif. Merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Fikar Damai Gea S. terkait dengan aksi kolektif, maka prinsip-prinsip gagasan dalam membentuk kelompok atau melibatkan diri dalam kelompok tertentu ditentukan oleh tujuan yang sama merupakan prinsip yang berlaku pada mekanisme *crowdfunding* (Gea, 2016). Bentuk partisipasi dalam aksi kolektif dapat berupa upaya secara nyata ataupun berbasis inovasi teknologi informasi dan komunikasi yang mengedepankan gagasan-gagasan kreatif dan menghubungkannya melalui jejaring sosial dan interaktifitas

dalam dunia maya. Oleh karena itu, kegunaan dan manfaat tesis ini untuk melihat pemanfaatan *crowdfunding platform* dan aksi kolektif oleh Komunitas *Banana Pirates* menjadi sebuah solusi dalam menyelesaikan permasalahan di Kamboja.

Artikel ini memiliki argumentasi bahwa Aksi sosial pembangunan madrasah di Kamboja dan pemanfaatan *crowdfunding platform* yang dilakukan komunitas *Banana Pirates* merupakan bagian dari tindakan kewirausahaan sosial. Argumentasi ini didukung oleh 4 pernyataan melibatkan aktivitas yang dijalankan oleh Komunitas *Banana Pirates*. Keempat pernyataan tersebut bertitik tolak kepada 4 elemen kewirausahaan sosial menurut Lars Hulgard (2010:5). **Pertama, Social Value.** Komunitas *Banana Pirates* mempunyai nilai sosial dan dapat menciptakan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat di Kamboja terkhusus etnis Cham. **Kedua, Civil Society.** Sebagai bentuk dari *civil society organization*, Komunitas *Banana Pirates* mengoptimalkan kapital sosial yang ada untuk pelaksanaan program pembangunan madrasah di Kamboja. **Ketiga, Innovation.** Komunitas *Banana Pirates* memanfaatkan *Crowdfunding platform* dan membuat konten *campaign* sebagai bentuk inovasi dalam berwirausaha. **Keempat, Activity Economy.** Proses penggalangan dana dengan memanfaatkan *crowdfunding platform* dalam proyek pembangunan madrasah di Kamboja termasuk bagian dari aktivitas ekonomi (*economic activity*) dikarenakan termasuk bagian dari proses pengumpulan uang.

RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana bentuk usaha Komunitas *Banana Pirates* sebagai aktor sosial dalam menjalankan aksi sosial pembangunan madrasah di Kamboja?
2. Bagaimana upaya pemanfaatan *crowdfunding platform* dan sosial media dalam keberlangsungan *campaign* aksi sosial pembangunan madrasah di Kamboja oleh komunitas *Banana Pirates*?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data pada penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi. Subjek penelitian ini adalah Komunitas *Banana Pirates*, IPB. Informan pada penelitian ini terdiri dari 2 jenis yakni, Informan kunci dan Informan tambahan. Informan kunci ialah Ketua dan Anggota Komunitas *Banana Pirates* yang terlibat dalam aksi pemabngunan madrasah di Kamboja. Kemudian informan tambahan ialah *project analyst/strategic campaign* dari masing-masing pihak *crowdfunding platform* Kitabisa dan *Sharinghappiness.org*. Penelitian ini dilakukan di Kampus IPB, Dramaga, Bogor pada bulan Oktober 2018 hingga Februari 2019.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Komunitas *Banana Pirates* Dan Aksi Sosial Pembangunan Madrasah Di Kamboja

Komunitas *Banana Pirates* merupakan sebuah *sociotraveler community* yang digagas oleh empat sekawan mahasiswa dari Institut Pertanian Bogor (IPB) yang telah berdiri sejak 28 November 2016. Komunitas *Banana Pirates* mencoba mengolaborasikan konsep *traveling* (jalan-jalan) dengan aktivitas dan kegiatan menebar manfaat dalam bentuk *project* sosial seperti, melakukan penggalangan dana untuk masyarakat yang kurang mampu hingga melakukan pengabdian masyarakat. Program dan proyek sosial komunitas *Banana Pirates* meliputi lingkup nasional hingga internasional. Aksi Pembangunan madrasah di Kamboja merupakan salah satu dari proyek sosial dengan skala internasional. Tujuan umum dari dari Komunitas *Banana Pirates*, yaitu ingin menjadikan kegiatan *sociotraveling* tersebut bisa di rasakan dan dilakukan setiap orang. Sedangkan tujuan khususnya ingin memperkenalkan Indonesia di mata dunia.

Gambar 1. Logo Komunitas *Sociotraveler Banana Pirates* IPB



Sumber: Arsip Dokumen Komunitas *Banana Pirates*, 2018.

Aksi sosial pembangunan madrasah di Kamboja terlahir dari permasalahan anak-anak Cham yang tidak dapat mengakses pendidikan agama Islam di Kamboja. Permasalahan tersebut muncul karena tidak adanya fasilitas dan sarana untuk kegiatan belajar agama. Selain itu, Komunitas *Banana Pirates* memanfaatkan penggunaan internet yang masif di Indonesia dan sifat kedermawanan masyarakat Indonesia yang tinggi. Pada akhirnya, komunitas *Banana Pirates* berinisiatif membuat *campaign* di media sosial dan menjalankan galang dana *online* pada *Crowdfunding platform*. Komunitas *Banana Pirates* memulai *campaign* melalui *Crowdfunding platform* KitaBisa.com untuk penggalangan dana pembangunan madrasah di Kamboja. Komunitas *Banana Pirates* memutuskan membangun madrasah di wilayah Kampong Cham, Kamboja dan memulai pembangunan tahap pertama pada tanggal 15 hingga 17 November 2017.

Dana yang dibutuhkan untuk program pembangunan madrasah sekitar 300 juta rupiah, yang difasilitasi melalui *Crowdfunding platform* Kitabisa.com dan *Sharinghappines.com*, dan berbagai kampanye offline. Pencairan hingga pemberian dana untuk pembangunan madrasah yang terkumpul dari *Crowdfunding platform* untuk pertama kalinya telah diluncurkan pada bulan November 2017 sebesar 46.338.214 rupiah, sedangkan pencairan dan pemberian dana yang kedua dilakukan pada tanggal 20 Agustus 2018 sebesar 59.831.427 rupiah.

Pemberian dana yang kedua dilakukan bertepatan dengan pelaksanaan *Qurbanana* jilid 2 di Kamboja. Komunitas *Banana Pirates* mempunyai tujuan yang bersifat manifes dan laten dari proyek pembangunan madrasah di Kamboja. Tujuan yang bersifat manifes, yakni membangun tempat khusus untuk minoritas muslim Cham di Kamboja agar dapat belajar pendidikan Agama Islam secara leluasa. Tujuan yang bersifat laten ialah untuk mempererat tali persaudaraan antara masyarakat Indonesia dengan masyarakat Kamboja.

B. Bentuk Usaha Aksi Pembangunan Madrasah Di Kamboja Oleh Komunitas *Banana Pirates*

Komunitas *Banana Pirates* melakukan segala bentuk upaya dan usaha dalam menjalankan aksi sosialnya agar tujuan proyek sosialnya tercapai. Adapun beberapa usaha yang telah dilakukan oleh *Komunitas Banana Pirates* dalam menjalankan aksi pembangunan madrasah di Kamboja yakni: *Pertama*, Komunitas *Banana Pirates* telah menentukan lokasi pembangunan madrasah di Kamboja. *Kedua*, Komunitas *Banana Pirates* harus mengangkat Isu Permasalahan dan Wacana kepada Publik. *Ketiga*, Membangun Kapital Sosial. *Keempat*, Memanfaatkan *Crowdfunding platform* sebagai Bentuk Inovasi. *Kelima*, Melakukan galang dana konvensional. *Keenam*, Peninjauan Perkembangan Madrasah di Kamboja. Berikut uraian mengenai usaha komunitas *Banana pirates* dalam aksi sosialnya:

1. Menentukan Lokasi dan Relokasi Pembangunan Madrasah di Kamboja

Komunitas *Banana Pirates* menetapkan titik lokasi aksi sosialnya di Kamboja dikarenakan 2 hal. *Pertama*, Komunitas *Banana Pirates* memiliki *value* bahwa membantu sesama manusia tidak terbatas waktu dan ruang. Kebaikan dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, termasuk dalam membantu saudara muslim Cham yang menjadi kelompok minoritas di Kamboja. Penduduk muslim yang tinggal di Kamboja hanya berkisar 1,6% dari total populasi penduduk Kamboja. Hal tersebut menyebabkan jumlah sekolah

madrasah sangatlah minim, dikarenakan masyarakat yang beragama Islam mejadi kelompok minoritas ditengah dominannya masyarakat Kamboja yang beragama Buddha. Oleh karena itu, anak-anak Muslim Cham sangat membutuhkan bantuan dari masyarakat Indonesia untuk membangun sebuah madrasah.

Gambar 2. *Project* Pembangunan Madrasah di Kamboja



Sumber: Dokumentasi Komunitas *Banana Pirates*, 2018.

Kedua, Komunitas *Banana Pirates* ingin mengharumkan nama Indonesia di Kamboja. Saudara muslim Cham yang menjadi kelompok minoritas di Kamboja dan tidak mendapatkan bantuan dari negaranya sendiri untuk mendirikan bangunan Madrasah. Bantuan dari pihak ketiga/Negara lain untuk masyarakat Cham merupakan suatu hal yang lumrah. Negara tetangga seperti Malaysia, Brunei Darusalam, Singapura bahkan Jepang tidak sungkan-sungkan untuk membantu dalam pelaksanaan pembangunan masjid besar di Kamboja. Mirisnya, Indonesia yang dikenal dengan negeri mayoritas muslim yang peduli akan sesamanya, tidak pernah terdengar membantu untuk kepentingan infrastruktur masyarakat Cham di Kamboja. Oleh sebab itu, Komunitas *Banana Pirates* selaku perwakilan Indonesia dalam pelaksanaan pembangunan madrasah di Kampong Cham, Kamboja dengan sangat bangga dan senang dalam membantu saudara-saudara muslim disana.

2. Mengangkat Isu dan Wacana kepada Publik Mengenai Aksi Pembangunan Madrasah

Komunitas *Banana Pirates* menyampaikan 2 poin penting dalam pengangkatan isu dan wacana pembangunan madrasah di Kamboja, yakni Kondisi dan factor hubungan sejarah etnis Cham dengan masyarakat Indonesia. *Pertama*, Komunitas *Banana Pirates* menggambarkan kondisi kaum minoritas Muslim etnis Cham yang tidak dapat mengakses pendidikan keagamaan dikarenakan tidak adanya sarana pendidikan seperti Madrasah di Kamboja. Komunitas *Banana Pirates* mengunggah konten-konten yang berkenaan mengenai kondisi Etnis Cham saat belajar Agama Islam dengan sarana pendidikan yang tidak layak dan semestinya pada sosial media.

Kedua, hal lain yang dapat diangkat adalah faktor sejarah hubungan antara masyarakat Cham dengan Indonesia. Hubungan masyarakat Cham dengan Indonesia sangatlah erat. Jikalau bukan karena Cham, perkembangan Islam di Nusantara tidaklah pesat. Aspek sejarah yang melatarbelakangi persaudaraan antara Masyarakat Cham dengan Indonesia yang menjadikan Komunitas *Banana Pirates* untuk memperkuat isu dan wacana aksi pembangunan madrasah di Kamboja. Sebagaimana mestinya persaudaraan yang terjalin antara orang-orang Cham dan masyarakat Indonesia, seharusnya masyarakat Indonesia menjadi dekat dan lebih memperhatikan saudara jauhnya di Kamboja yang sedang kesusahan. Oleh karena itu, Komunitas *Banana Pirates* menekankan di setiap kampanyenya agar masyarakat Indonesia membantu saudara-saudara Muslim Cham di Kamboja untuk mendapatkan sarana pendidikan berupa sekolah madrasah.

3. Membangun Kapital Sosial dalam Aksi Pembangunan Madrasah di Kamboja

Membangun kapital sosial dalam keberlangsungan pembangunan madrasah di Kamboja merupakan salah satu bentuk usaha komunitas *Banana Pirates* dalam mengikat sumberdaya yang potensial demi mewujudkan tujuan yang

ingin dicapai. Namun, dalam membangun kapital sosial komunitas *Banana Pirates* harus memenuhi 3 unsur, yakni Norma, Jaringan dan Kepercayaan. Unsur yang pertama ialah Norma. Norma dalam kapital sosial yang dimaksudkan pada proyek aksi pembangunan madrasah di Kamboja, ialah tidak adanya paksaan dalam pembentukan kolektivitas untuk membantu saudara Muslim di Kamboja agar mewujudkan harapan masyarakat Cham dalam penyelenggaraan sekolah Madrasah. Setiap anggota dari komunitas *Banana Pirates* tidak diberatkan untuk terlibat aktif dan bersifat *volunteer* dalam proyek pembangunan madrasah di Kamboja.

Unsur yang kedua ialah relasi sosial. Komunitas *Banana Pirates* membangun relasi sosial dengan tokoh-tokoh penting di Kamboja seperti Fredi selaku tokoh masyarakat di Kamboja, Ustadz Maher dan Ulama besar Phnom Penh selaku Pemuka Agama di Kamboja. Selain itu, Komunitas *Banana Pirates* juga membangun relasi sosial dengan tokoh politik di Indonesia dan stakeholder seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Membangun relasi sosial ke beberapa pihak bertujuan agar mendapatkan bantuan secara materi maupun moril sehingga dapat memperlancar sosial proyek yang dilaksanakan oleh Komunitas *Banana Pirates*.

Unsur yang terakhir ialah *Trust/kepercayaan*. Komunitas *Banana Pirates* membangun kepercayaan selama kegiatan pembangunan madrasah berlangsung. Cara yang dilakukan komunitas *Banana Pirates* agar mendapat kepercayaan oleh para donatur ataupun instansi, yaitu dengan mempertanggung jawabkan hasil donasi yang telah terkumpul untuk disalurkan. Transparansi dana tersebut berupa pemberitahuan jumlah dana yang disalurkan dan memperlihatkan foto *progress* bangunan madrasah yang dibangun. Selain itu, setiap pemberian kwitansi dan penyerahan uang donatur kepada pihak di Kamboja selalu di dokumentasikan oleh perwakilan dari Komunitas *Banana Pirates*. Ini menjadi bukti transparansi dana yang terkumpul dan tersalurkan untuk diperlihatkan kepada para donatur.

4. Memanfaatkan Media Baru (Crowdfunding platform) sebagai Bentuk Inovasi Aksi Pembangunan Madrasah di Kamboja

Penggunaan *Crowdfunding platform* menjadi salah satu bentuk inovasi bagi komunitas *Banana Pirates* dalam menggalang dana. Saat ini, mengumpulkan donasi melalui *Crowdfunding platform* menjadi sebuah tren baru dalam berfilantropi secara *online* bagi masyarakat jejaring (*netter*). Sebagai bagian dari masyarakat millennial, Komunitas *Banana Pirates* memilih untuk memakai cara yang kekinian dalam mengajak masyarakat untuk berfilantropi atas pembangunan madrasah di Kamboja. Dari beberapa *Crowdfunding platform* yang beredar di Indonesia, Komunitas *Banana Pirates* memilih 2 *Crowdfunding platform* dalam aksinya, yakni *Kitabisa.com* dan *Sharing Happiness.org*.

Komunitas *Banana Pirates* mengandalkan *Crowdfunding platform* pada aktivitas penggalangan dananya dikarenakan lebih dipercaya oleh para calon donatur dari pada menggunakan metode penggalangan dana secara konvensional. Hal tersebut dikarenakan dapat melihat perkembangan dari pembangunan madrasah melalui konten yang dipublikasikan dalam *platform* tersebut dan jelasnya aliran donasi untuk aksi pembangunan madrasah di Kamboja. Dari *platform-platform* bersangkutan juga meminta pertanggung jawaban dan ada laporannya atas donasi yang tersalurkan ke rekening perwakilan dari *Banana Pirates*. Selain itu, cara penggalangan donasi lewat online menjadi tren terbaru dan kekinian, serta sangat mudah dalam penggunaannya.

5. Menggalang Dana secara Konvensional untuk Pembangunan Madrasah di Kamboja

Komunitas *Banana Pirates* pernah melakukan aksi sosial secara offline dalam bentuk penggalangan dana secara konvensional selain mengandalkan *digital platform* sebagai wadah dari penggalangan dananya. Kays mengatakan, pernah diadakan *challenge*/sebuah tantangan bagi para anggota dan pengurus Komunitas *Banana Pirates* untuk

menggalang dana secara *offline*/konvensional. Menempelkan poster berupa tulisan yang bersifat persuasif pada kotak-kotak yang tersedia untuk menarik perhatian para donatur yang berada di jalanan. Namun, Aksi penggalangan dana secara *offline* saat ini dinilai tidak terlalu membantu banyak.

6. Meninjau Perkembangan Madrasah di Kamboja

Bentuk usaha lainnya yang dilakukan oleh Komunitas *Banana Pirates* ialah melibatkan pengurus untuk melakukan peninjauan perkembangan madrasah di Kamboja. Komunitas *Banana Pirates* mengirimkan perwakilan dari anggotanya untuk berkunjung melihat perkembangan madrasah sekaligus untuk bersilaturahmi dan berinteraksi dengan masyarakat sekitar. Meski begitu, untuk memobilisasi para pengurus dalam meninjau perkembangan madrasah di Kamboja bukanlah hal yang mudah dan murah. Setidaknya mereka harus menyiapkan uang transport untuk berkunjung kesana. Dalam menyiasatnya, komunitas *Banana Pirates* melakukan dana usaha dengan berjualan *merch* dan sebagai penyalur hewan qurban. Hasil keuntungan/profit digunakan untuk biaya akomodasi pulang pergi Indonesia-Kamboja.

C. Pemanfaatan Crowdfunding Sebagai Inovasi Dalam Aksi Pembangunan Madrasah Di Kamboja

Komunitas *Banana Pirates* sebagai seorang *campaigner* yang memanfaatkan *Crowdfunding platform* seperti Kitabisa.com dan *sharinghappiness.org* harus memiliki strategi-strategi khusus. Hal tersebut bertujuan agar halaman *campaign*-nya dapat diakses dan disebarluaskan kembali kepada khalayak umum di media sosial. Pembuatan *campaign* perlu memikirkan tentang kemungkinan apa saja yang bisa mengubah pikiran target. Contoh yang paling sederhana, media apa yang biasa mereka gunakan atau media massa apa saja yang mereka baca atau dengarkan. Sangatlah penting pula mendalami karakter, lingkungan, latar belakang permasalahan dari sasaran sebuah *campaign*, agar strategi yang dirumuskan juga menjadi “senjata” untuk mengubah

pikiran si target (Hamid, 2014: 269). Pada dasarnya, sebuah *campaign* yang ideal adalah yang diikuti dengan strategi. Adapun strategi dan bentuk upaya pemanfaatan *crowdfunding platform* oleh Komunitas *Banana Pirates*.

1. Penempatan Formasi Pengurus Komunitas Banana Pirates Dalam Media Sosial

Kepala divisi Multimedia Komunitas *Banana Pirates* mempunyai wewenang lebih untuk menjalankan akun media sosial dalam memberikan informasi mengenai aksi pembangunan madrasah di Kamboja dalam bentuk poster ataupun media lainnya yang diunggah di *Instagram* dan *Line@*. Namun, tidak menutup kemungkinan para pengurus lainnya mempublikasikan postingan tersebut kembali (*repost*) pada akun sosial media mereka. Anggota dari divisi multimedia bertanggung jawab penuh dengan posisi mereka dalam mengendalikan akun media sosial Komunitas *Banana Pirates*. Akun sosial media yang dikendalikan ialah *Line@* dan *Instagram*. Kedua akun tersebut menyebarluaskan isu dan mempublikasikan kondisi masyarakat Cham di Kamboja dengan konten-konten yang diunggah oleh divisi Multimedia. Selain itu, Kepala divisi multimedia juga menjalankan halaman *campaign* dalam *crowdfunding platform*. Pembagian posisi/formasi sangatlah penting agar setiap sosial media yang dimiliki Komunitas *Banana Pirates* dapat berjalan optimal mempublikasikan konten-konten yang mengangkat isu aksi sosial mereka di Kamboja.

2. Pembuatan deskripsi cerita pada *crowdfunding platform*

Digital platform yang bergerak di bidang *crowdfunding* tentunya tidak pernah terlepas oleh sebuah deskripsi cerita mengenai permasalahan yang diangkat dalam sebuah aksinya. Oleh karena itu, sangatlah penting menyusun sebuah cerita yang menarik atas masalah yang ingin disampaikan untuk dibaca oleh para donatur nantinya. Cerita tersebut harus dibuat sedemikian rupa menarik supaya mampu melukiskan dengan begitu jelas kepada

pembaca betapa mendesaknya masalah yang sedang di kampanyekan oleh para aktor penggerak. Cerita yang disusun membuat pembaca ikut berempati, seakan-akan ikut merasakan kondisi sesungguhnya terjadi dan tergerak untuk memberikan bantuan berupa donasi.

Pembuatan wacana dan narasi akan ditaruh dalam deskripsi pada kedua crowdfunding platform. Oleh karena itu, mereka memainkan kata agar membuat orang-orang berempati, namun tidak meninggalkan data dan fakta yang ada pada dilapangan. Gambaran dari cerita yang dituliskan dalam platform *crowdfunding* maupun sosial media bertujuan untuk menginformasikan kepada para donatur terhadap kondisi dan harapan masyarakat Kampong Cham, Kamboja. Unsur dalam pembuatan cerita terdiri dari kalimat yang bersifat persuasif, Bermajas Personifikasi untuk memperindah, permasalahan inti, dan kondisi masyarakat Cham di Kamboja secara riil.

3. Publikasi Konten mengenai Aksi Pembangunan Madrasah dalam *crowdfunding platform*

Kombinasi berbagai macam dan variasi informasi di satu layar membuat multimedia internet semakin memecah isi dan menyita perhatian para penggunanya/*netter*. Dalam sebuah website dapat mengandung beberapa perangkat navigasi, berbagai iklan, aplikasi perangkat lunak/widget, yang muncul dalam jendela layar pengguna website. Selain itu, memungkinkan terdapat potongan teks, foto, video ataupun audio yang dapat ditampilkan ataupun diputar yang disebut konten pada media *online* (Charr, 2011: 95).

Pada kedua Crowdfunding platform tersebut, terdapat konten-konten yang bertujuan memberikan informasi terhadap calon donatur berupa data ataupun foto-foto terkait campaign agar meyakinkan mereka (calon donatur) untuk memberikan donasinya. Hal inilah yang dibangun oleh para aktor sosial (Komunitas Banana Pirates) sebagai campaigner dalam digital platform untuk membuat para donatur berempati dengan konten yang mereka buat.

Dalam membuat konten, para pengurus komunitas Banana Pirates yang terlibat dalam aksi pembangunan madrasah di Kamboja selalu menggunakan media poster, foto-foto hasil dokumentasi mengenai perkembangan madrasah di Kamboja, dan membuat video dokumenter.

Gambar 3. Konten Poster Aksi Pembangunan Madrasah di Kamboja



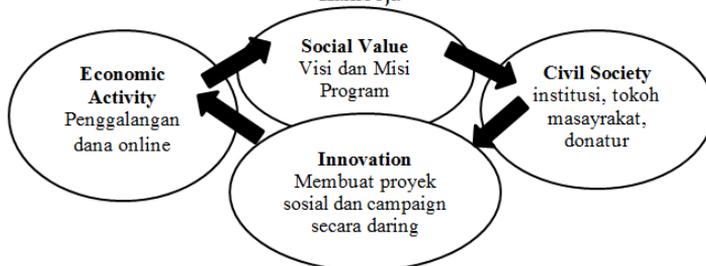
Sumber: <https://www.instagram.com/bananapirates/> 2018

Konten campaign yang telah dibuat oleh campaigner selanjutnya diunggah pada halaman campaign mereka dalam digital platform. Maka itu, konten yang dibuat haruslah bersifat ajakan dan memperlihatkan kondisi yang sesungguhnya di Desa Sanprobey, Kamboja agar para donatur berempati untuk menyumbangkan uang ke proyek mereka. Menurut penuturan Majid, selaku kepala divisi multimedia komunitas Banana Pirates, mereka memainkan dan memadukan konten itu semua dalam divisi multimedia. Subdivisi Desain dan subdivisi dokumentasi harus saling bersinergi untuk membuat konten berupa tulisan, fotografi hingga videografi.

D. Pemanfaatan Crowdfunding Platform Dalam Aksi Pembangunan Madrasah Di Kamboja Sebagai Tindakan Kewirausahaan Sosial

Aksi pembangunan madrasah di Kamboja dengan memanfaatkan *crowdfunding platform* dikatakan sebagai wujud dari kewirausahaan sosial. Namun, Komunitas *Banana Pirates* harus memiliki beberapa elemen yang dapat mendefinisikan proyeknya sebagai kewirausahaan sosial. Menurut tokoh *Social Entrepreneurship* yakni Lars Hulgard, Ia mengatakan bahwa harus memiliki 4 elemen agar dapat didefinisikan sebagai kewirausahaan sosial. Keempat elemen kewirausahaan sosial tersebut, yakni *Social Value*, *Civil Society*, *Innovation*, dan *Economic Activity* (Hugard, 2016: 5).

Gambar 4. Elemen Kewirausahaan Sosial dalam Aksi Pembangunan Madrasah di Kamboja



(Sumber: Analisis Peneliti, 2019)

1. Elemen Nilai Sosial (*Social Value*)

Elemen kewirausahaan sosial pertama yaitu, harus mempunyai nilai sosial dan dapat menciptakan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Dalam kewirausahaan sosial, tawaran nilai sosial (*social value proposition*) adalah nilai atau misi sosial yang ditawarkan oleh organisasi/komunitas melalui kegiatan organisasi/komunitas tersebut (Dewi dkk, 2016: 490). Dalam hal ini, komunitas *banana pirates* telah memiliki nilai sosial/*social value* yang telah tergambarkan pada visi dan misi Komunitas *Banana Pirates*. Oleh karena itu, semua program ataupun proyek yang dijalankan oleh komunitas *Banana Pirates* harus bertitik tolak

pada nilai-nilai sosial sesuai dengan Visi dan Misi mereka. Sehingga Program yang mereka rasakan tentunya memberikan dampak tersendiri bagi sosial ekonomi masyarakat.

Program komunitas *Banana Pirates* telah termuat nilai sosial atau *social value* salah satunya, yakni proyek aksi pembangunan madrasah di Kamboja. Adapun tujuan dari aksi pembangunan madrasah di Kamboja memiliki 2 sifat, yaitu Tujuan yang bersifat Manifes dan Laten. Tujuan yang bersifat manifes, yakni membangun tempat khusus untuk minoritas muslim Cham di Kamboja agar dapat belajar pendidikan Agama Islam secara leluasa. Tujuan yang bersifat laten ialah untuk mempererat tali persaudaraan antara masyarakat Indonesia dengan masyarakat Kamboja. Kedua tujuan tersebut memiliki unsur-unsur nilai sosial dikarenakan dapat memberikan manfaat sosial berupa penyelenggaraan sekolah berbasis keagamaan bagi Etnis Cham Minoritas dan memperkuat hubungan persaudaraan antara masyarakat Kamboja dengan Indonesia.

2. Elemen Masyarakat Sipil (*Civil Society*)

Kewirausahaan sosial pada umumnya berasal dari inisiatif dan partisipasi masyarakat sipil dengan mengoptimalkan kapital sosial yang ada pada masyarakat. Kegiatan yang dijalankan komunitas *Banana Pirates* merupakan bentuk partisipasi masyarakat sipil dimana mereka ingin menciptakan kesejahteraan masyarakat di Kamboja yang belum terpenuhi hak-haknya terutama dibidang pendidikan. Dalam hal ini, Komunitas *Banana Pirates* mengajak seluruh elemen masyarakat untuk bersinergi bersama dalam membantu pemenuhan hak-hak masyarakat Cham di Kamboja dengan membangun sebuah madrasah atas urunan masyarakat Indonesia melalui *crowdfunding*.

Sebagai bentuk dari *civil society organization*, Komunitas *Banana Pirates* mengoptimalkan kapital sosial yang ada untuk pelaksanaan program pembangunan madrasah di Kamboja. Komunitas *banana pirates* membangun kapital sosial kepada para stakeholder/institusi, tokoh-tokoh di Kamboja,

maupun donatur *online*. Menurut Robert D. Putnam, dalam membangun kapital sosial tentunya komunitas *Banana Pirates* harus memiliki 3 unsur yakni, Norma, relasi sosial, dan *trust/kepercayaan* (Putnam, 1993: 2).

Pertama, Norma dalam kapital sosial yang dimaksudkan pada proyek aksi pembangunan madrasah di Kamboja, ialah tidak adanya paksaan dalam pembentukan kolektivitas untuk membantu saudara Muslim di Kamboja agar mewujudkan harapan mereka (masyarakat Cham) dalam penyelenggaraan sekolah berbasis keagamaan (Madrasah). Setiap anggota dari komunitas *Banana Pirates* tidak diberatkan untuk terlibat aktif dalam proyek pembangunan madrasah di Kamboja. Mereka yang tergabung dalam proyek ini adalah inisiatif kemauan mereka sendiri (anggota komunitas *Banana Pirates*) untuk menolong saudara Muslim di Kampong Cham, Kamboja.

Kedua, Komunitas *Banana Pirates* menjalin relasi sosial dengan berbagai *stakeholder*, seperti calon donator, pemuka agama di Kamboja, tokoh masyarakat. Namun, Hal ini menyebabkan mereka (komunitas *Banana Pirates*) dikenalkan dengan pemuka agama di Kamboja seperti Imam Besar Phnom Phen dan lainnya. Relasi sosial ini sangatlah penting selama kegiatan pelaksanaan pembangunan madrasah berlangsung ataupun setelahnya, agar dalam aksi pembangunan madrasah tersebut mendapat dukungan dari beberapa tokoh penting seperti pemuka agama di Kamboja terkhusus dari Imam Besar Phom Phen.

Ketiga, Kepercayaan/Trust. Selain menerapkan norma dan membangun jaringan sosial, usaha komunitas *Banana Pirates* dirasa belum cukup maksimal sebelum mencoba untuk membangun kepercayaan terhadap beberapa pihak. Komunitas *Banana Pirates* mencoba membangun kepercayaan (*social trust*) kepada tokoh masyarakat, instansi, dan para donator terkait aliran dana dari penggalangan untuk aksi pembangunan madrasah di kamboja pada *platform crowdfunding*. Hal yang dilakukan Komunitas *Banana Pirates* menjaga kepercayaannya terhadap pihak *stakeholder* dan donatur ialah melakukan publikasi aliran dana secara

transparan di *Crowdfunding platform* ataupun membuat laporan pertanggung jawaban untuk para *stakeholder*.

3. Elemen Inovasi (*Innovation*)

Maksud dari elemen kewirausahaan sosial ini yakni, memecahkan masalah sosial dengan cara-cara inovatif. Karena pada dasarnya kewirausahaan sosial memiliki potensi untuk memberikan beberapa solusi sosial, yaitu dengan menerapkan pendekatan kewirausahaan dan kekuatan inovasi sosial untuk menghadapi tantangan sosial yang ada (Sofia, 2015). Dalam hal ini eksistensi dan pemanfaatan digital platform yang bergerak untuk aksi kemanusiaan seperti penggalangan dana (*crowdfunding*) tentunya membawa perubahan yang positif pada bidang aksi sosial di masyarakat. Ditambah, di era yang serba digital ini menjadikan *Crowdfunding platform* membantu Komunitas *Banana Pirates* selaku penggerak/aktivis sosial dalam berinovasi mengkampanyekan permasalahan di Kamboja yang diangkat sekaligus memobilisasi dukungan dari masyarakat Indonesia untuk mengatasi permasalahan sosial.

Kondisi yang serba memungkinkan di dunia *cyber* ini pada akhirnya dimanfaatkan oleh Komunitas *Banana Pirates* untuk menjalankan *proyek* yang dilakukannya dengan cara yang inovatif. Mereka memilih *Crowdfunding platform* sebagai media ataupun wadah dalam aktivitas penggalangan dana secara *online* tersebut. Melalui *Crowdfunding platform*, aktivitas penggalangan secara online terasa sangat modern, mudah dan transparansinya pun sangat jelas. Pada *digital platform* yang bergerak dalam bidang *crowdfunding*, adapun fitur-fitur yang tersedia dalam *Crowdfunding platform* untuk menayangkan target dan pencapaian donasi per waktunya, selain itu komunitas *Banana pirates* sebagai *campaigner* dapat melihat siapa saja para donaturnya. Hal tersebut yang demikian termasuk dari tindakan kewirausahaan sosial.

Inovasi yang dijalankan Komunitas *Banana Pirates* bukan hanya menggunakan *Crowdfunding platform* dalam proyek sosialnya saja. Dalam sebuah website dapat mengandung beberapa perangkat navigasi, berbagai iklan,

aplikasi perangkat lunak/widget, yang muncul dalam jendela layar pengguna website. Selain itu, memungkinkan terdapat potongan teks, foto, video ataupun audio yang dapat ditampilkan ataupun diputar yang disebut konten pada media *online* (Charr, 2011: 95). Pada kedua Crowdfunding platform tersebut, terdapat konten-konten yang bertujuan memberikan informasi terhadap calon donatur berupa data ataupun foto-foto terkait campaign agar meyakinkan mereka (calon donatur) untuk memberikan donasinya. Hal inilah yang dibangun oleh para aktor sosial (Komunitas Banana Pirates) sebagai campaigner dalam digital platform untuk membuat para donatur berempati dengan konten yang mereka buat. Sebagai campaigner, komunitas Banana Pirates harus mampu membuat konten campaign yang inovatif dan menarik perhatian calon donatur. Konten campaign dapat berbentuk video dokumenter/campaign, poster, ataupun foto-foto yang menggambarkan permasalahan sosial yang terjadi di Kamboja. Dalam hal ini komunitas Banana Pirates harus mengandalkan kreativitasnya agar pesan yang ingin ditujukan kepada calon donatur dapat tersampaikan.

4. Elemen Aktivitas Ekonomi (*Economic Activity*)

Tolak ukur keberhasilan kewirausahaan sosial pada umumnya dengan menyeimbangkan antara aktivitas sosial dan aktivitas bisnis. Maksud dari aktivitas bisnis ekonomi pada kewirausahaan sosial yakni, aktivitas bisnis yang dikembangkan untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial organisasi. Pada pelaksanaan pembangunan madrasah di Kamboja, komunitas Banana Pirates melakukan penggalangan dana secara online dengan memanfaatkan Crowdfunding platform Kitabisa.com dan Sharinghappiness.org. Proses penggalangan dana dengan memanfaatkan crowdfunding platform yang dilakukan oleh komunitas Banana Pirates untuk proyek pembangunan madrasah di Kamboja termasuk bagian dari aktivitas ekonomi (*economic activity*) dikarenakan termasuk bagian dari proses pengumpulan uang.

Usaha lainnya yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh komunitas Banana Pirates ialah melakukan dana usaha agar dapat menopang uang kas komunitas dan menjamin kemandirian maupun keberlanjutan program/proyek dari komunitas Banana Pirates. Bentuk dana usaha yang dilakukan komunitas Banana Pirates adalah menjual pisang cavendish kepada mahasiswa IPB lainnya. Selain melakukan kegiatan dana usaha, Komunitas Banana Pirates menjual produk-produk andalan komunitas mereka. Produk yang diperjualkan oleh komunitas Banana Pirates melainkan merchandise seperti baju, topi, pin berlogo Banana Pirates. Target segmentasi pasar mereka yakni, partisipan/relawan dari program yang dijalankan Banana Pirates, anggota baru komunitas Banana Pirates, dan pengurus Banana Pirates itu sendiri. Hasil/profit dari penjualan merchandise tersebut dikumpulkan dan diperuntukan untuk menutupi biaya akomodasi ke Kamboja

PENUTUP

Berbagai upaya telah dijalankan oleh Komunitas *Banana Pirates* agar Proyek sosial pembangunan madrasah di Kamboja dapat terlaksana. Usaha yang telah dijalankan mulai dari Penentuan lokasi, Pengangkatan isu dan permasalahan, Membangun Kapital Sosial, Memanfaatkan media sosial dan *crowdfunding platform*, dan Peninjauan perkembangan madrasah di Kaboja. Selain itu, Komunitas *Banana Pirates* memanfaatkan *crowdfunding platform* sebagai inovasi dalam proyek sosialnya dengan memperhatikan penempatan posisi anggota dalam media sosial an *crowdfunding platform*, pembuatan deskripsi cerita, dan pembuatan konten *campaign*.

DAFTAR REFERENSI

- Adiansah, Wandu. 2016. Potensi Crowdfunding di Indonesia dalam Praktik Pekerjaan Sosial. *Jurnal Prosiding KS: Riset dan PKM, Volume 3, Nomor 2*
- Charities Aid Foundation. 2017. *CAF World Giving Index: a global view of giving trends*. London: CAF.
- Charr, Nichola. 2011. *The Shallows (Internet mendangkalkan cara berfikir kita?)*. Bandung: PT. Mizan.
- Gea, Fikar Damai S. 2016. Crowdfunding: Gerakan Baru Kegotongroyongan di Indonesia (Tinjauan Evolusi Gerakan Aksi Kolektif dalam Media Baru). Padang: *Makalah Konferensi Nasional Sosiologi V Asosiasi Program Studi Sosiologi Indonesia*.
- Gedda, David. Billy Nilsson, dkk. 2016. Crowdfunding: Finding the Optimal Platform for Funders and Entrepreneurs. *Journal Technology Innovation Management Review, Vol 6, Issue 3*.
- Hamid, Usman. 2014. *DINAMO (Digital Nation Movement)*. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.
- Haryanti, Melasari D., Sri Rahayu, dan kawan-kawan. 2016. *Berani Jadi Wirasaba Sosial (Membangun Solusi atas Permasalahan Sosial secara Mandiri dan Berkelanjutan)*. Jakarta: Bank DBS Indonesia.
- Hulgard, Lars. 2010. *Discourses of Social Entrepreneurship – Variations of The Same Theme?*. Denmark: EMES European Research Network.
- Putnam, Robert D. 1993. *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. The American Prospect* No. 13 Spring.
- Sofia, Irma Paramita. 2015. Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship*) sebagai Gagasan Inovasi Sosial bagi Pembangunan Perekonomian. *Jurnal Universitas Pembangunan Jaya #2 Volume 2* Maret.