

CROWDFUNDING: DEMOKRATISASI AKSES KEUANGAN DALAM MENDUKUNG AKSI SOSIAL MAHASISWA

Oleh: Fauzi Abdillah* dan Endang Danial*

ABSTRACT

The purpose of this study were to explore how crowdfunding can support social action both online and offline movement of students. Eighteen participants consisting of crowdfunding platform founder, founder and volunteer organization participated in this study. Grounded theory methodology was applied and involved simultaneous data collection, coding and analysis through constant comparison. The emerging theory is “democratization financial access”.

Key Words: Crowdfunding, social activism, volunteerism.

PENDAHULUAN

Warga negara yang aktif merupakan salah satu komponen penting untuk berjalan dengan baiknya sistem demokrasi. Sebagai penunjang hal tersebut, Pendidikan Kewarganegaraan yang dikenal sebagai wahana pendidikan demokrasi, yang terdiri dari jalur program pendidikan formal, nonformal dan informal membutuhkan perangkat pengalaman belajar (*learning experiences*) (Winataputra, 2012) untuk menghasilkan warga negara yang aktif sebagai tujuan akhirnya dalam konteks pendidikan. Sedangkan salah satu indikasi warga negara aktif ialah adanya partisipasi warga negara dalam ruang dan kepentingan publik.

Berkaitan dengan hal tersebut, PKn yang secara operasional berlandaskan pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, khususnya pada pasal 3 yang menyatakan bahwa ‘‘Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, Berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.’’,

*Mahasiswa Departemen Pendidikan Kewarganegaraan Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia.Email: fauziabdillah@gmail.com.

*Dosen Departemen Pendidikan Kewarganegaraan Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia

mencerminkan bahwa PKn menjadi salah satu media untuk mengembangkan potensi-potensi yang diperlukan untuk demokrasi.

Partisipasi warga negara merupakan tujuan akhir dari PKn. (Winataputra, 2012). Dimensi partisipasi warga negara menurut Quigley, dkk (1991) dalam (Winataputra, 2012), dikembangkan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berperanserta secara efektif dalam masyarakat, pengalaman berperanserta yang dirancang untuk memperkuat kesadaran berkemampuan dan berprestasi unggul dari siswa, dan mengembangkan pengertian tentang pentingnya peranserta aktif warganegara. Tujuan-tujuan tersebut dapat terjewantahkan dengan berbagai bentuk peran serta dan aksi-aksi sosial di masyarakat.

Kini dengan hadirnya teknologi seperti internet dan media sosial, aksi sosial semakin meluas spektrumnya. Penggunaan internet dan media sosial ini berpotensi membantu masyarakat sipil untuk tidak hanya menyebarkan isu-isu demi mendapatkan perhatian publik yang lebih luas, tetapi juga untuk mempersiapkan aksi lebih lanjut. (Nugroho & Syarief, 2012). Wilayah internet dan media sosial yang sangat luas dan ramai (*crowd*), membawa atmosfer tersendiri untuk aksi sosial. Dikenal sebagai Net-Generation (Tapscott, 2009), yang hidup dalam limpahan informasi yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja. Gaya hidup tersebut selalu terhubung dengan internet, membuat kekhasan tersendiri dalam pola konsumsi, pola interaksi dan bagaimana mereka menjalani kehidupan, khususnya di lingkungan internet. Begitu pun dalam aksi sosial, mereka mempunyai corak tersendiri berbentuk gerakan sosial berbasis *online*.

Aktivisme *online* tidak bisa dianggap semu semata, karena beberapa gerakan seperti Koin untuk Prita ataupun dukungan untuk kasus “Cicak-Buaya” jilid pertama merupakan contoh awal bahwa secara lokal media sosial melalui aktivisme *online* nya begitu signifikan untuk mengubah keadaan. Karenanya, media baru ini tidak hanya bisa membantu orang untuk mendapatkan pandangan yang lebih luas mengenai informasi dan pendapat, tetapi sebagai masyarakat juga memiliki kemampuan untuk menghasilkan informasi, perluasan partisipasi politik pun dimulai. (Nugroho & Syarief, 2012, hal. 72). Domain aktivisme ini tidak hanya terbatas pada jalur politik saja tetapi non politik juga, contohnya seperti aktivisme berkaitan dengan isu-isu sosial, finansial, sanitasi dsb.

Masyarakat yang terlibat dalam aktivisme *online* ini cukup meningkat jumlahnya. Hal tersebut menjadi konsekuensi atas meningkatnya penggunaa internet di dunia, khususnya negara

Indonesia. Sesuai dengan laporan *We Are Social* pada bulan Maret 2015 yang melaporkan data pengguna website, mobile, dan media sosial. Datanya menunjukkan bahwa terdapat 74 juta pengguna aktif media sosial, dimana 64 penggunanya mengakses media sosial menggunakan perangkat mobile. (Kemp, 2015), untuk lebih lengkapnya kita bisa menyimak infografisnya di gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1 Pengguna website, mobile, dan media sosial di

Indonesia

Copyright© AreWeSocial 2015

Dari data tersebut, kita bisa melihat potensi untuk terlaksananya aktivisme *online* itu sangatlah besar. Mahasiswa saat ini, yang kehidupannya tidak jauh dari ranah *online* pun sangat dapat terlibat dalam kegiatan tersebut. Tetapi adanya keterkaitan dengan permasalahan dunia nyata menjadi sebuah keharusan aktivisme sosial berbasis *online* ini. Permasalahan dana biasanya menjadi kendala bagi mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan sosial untuk dimulai dan agar tetap berkesinambungan.

Masih dalam ranah *online*, *Crowdfunding* menjadi sarana kontemporer bagi pihak yang memiliki ide dan keinginan untuk membuat tindakan dan pengelolaan *project* di masyarakat,

namun memiliki keterbatasan pada pendanaan, pengalaman dan bimbingan. Sarana tersebut tentu memiliki potensi yang sangat besar untuk dimanfaatkan dalam pembelajaran untuk menumbuhkan kepedulian pada sesama.

Crowdfunding yang merupakan media penggalang dana secara *online* telah berkembang dan populer sejak lima tahun terakhir. Diinisiasi oleh institusi level internasional seperti Kickstarter dan IndieGogo (Davies, 2014), saat ini *crowdfunding* telah berjumlah lebih dari 600 *platformcrowdfunding* di seluruh penjuru dunia (Outlaw, 2015). *Crowdfunding*, menjadi sebuah terobosan baru penggalangan dana secara informal dan mandiri. Penggalangan dana tersebut dimaksudkan untuk mendanai proyek ataupun usaha melalui platform *online* sehingga cakupannya bisa lebih meluas dan beragam sarasanya. Selain menjadi jalan masuk untuk dapat mengakses modal sosial, *platform* yang sedang berkembang di seluruh dunia ini juga telah berkembang cukup pesat dengan hasil penggalangan dana yang sudah mencapai \$ 2,67 Milyar di seluruh dunia. (Massolution, 2013).

Pengertian *Crowdfunding*

Terdapat beberapa definisi mengenai *crowdfunding*. Mayoritas literatur akademik sampai saat ini memandang *crowdfunding* sangat meluas, terdiri dari berbagai macam aktivitas dan beberapa mencoba menganalisisnya dalam besaran istilahnya sebagai pasar, pola dasar dan struktur, serta efisiensinya sebagai mekanisme pendanaan sekaligus sebagai penerka kesuksesannya. (Davies, 2014, hal. 17)

Secara garis besar, *Crowdfunding* adalah metode dalam menghasilkan modal untuk mendanai proyek atau usaha dengan melakukan aktivitas penggalangan dana secara *online*, serta mengandalkan sebagian besar pada kepercayaan intrinsik orang yang menempatkan hubungan teman, keluarga dan komunitas di jaringan sosial sebagai afinitas masyarakat dan menggambarkan proses alih daya (*outsource*) yang berupa kumpulan investasi dari ukuran kecil sampai menengah dari individu, perusahaan dan komunitas internet dengan mengandalkan berbagai aset, sumber daya, pengetahuan atau keahlian mereka untuk mendapatkan dana. (infoDev, 2013; Dehling, 2013; Steinberg & DeMaria, 2012; Hemer, 2011; Ordanini, Miceli, Pizzeti, & Parasuraman, 2011)

Istilah dan konsep *crowdfunding* diambil dari istilah serupa yang sudah lebih dulu dikenal luas, yaitu *crowdsourcing* (Hemer, 2011). *Crowdsourcing* sendiri menggambarkan proses alih

daya (*outsource*) suatu pekerjaan kepada sejumlah individu, sekerumunan orang (komunitas internet) dan mengandalkan pada aset, sumber daya, pengetahuan atau keahlian mereka.

Ada perbedaan mendasar antara *crowdsourcing* dengan *crowdfunding*, walaupun keduanya memanfaatkan internet dan media sosial, namun hasil yang diharapkan adalah untuk tujuan yang berbeda. *Crowdsourcing* mengharapkan umpan balik, ide-ide dan saran untuk kepentingan proyeknya sementara *crowdfunding* dimanfaatkan untuk mengumpulkan dana demi terlaksananya suatu proyek. Hal ini terkait dengan pernyataan berikut ini: *Crowdfunding involves an open call, mostly through the Internet, for the provision of financial resources either in form of donation or in exchange for the future product or some form of reward and/or voting rights.* (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2012)

Berangkat dari pernyataan tersebutlah kita bisa mengetahui bahwa *crowdfunding* itu melibatkan penawaran terbuka melalui internet untuk penyediaan sumber daya keuangan baik dalam bentuk sumbangan atau pertukaran untuk aset (pembelian inden) atau bentuk penghargaan tertentu dan/atau hak jajak suara). Pengertian ini menyiratkan bahwa dana yang dihasilkan oleh proyek *crowdfunding* digunakan dengan berbagai keperluan.

Sementara itu, dalam buku *The Crowdfunding Bible* (Steinberg & DeMaria, 2012) menjelaskan *crowdfunding* adalah proses meminta masyarakat umum untuk menyediakan atau memberi sumbangan untuk modal awal sebuah usaha baru. Dengan menggunakan teknik, pengusaha dan pemilik usaha kecil dapat melewati kaum pemodal dan investor, serta langsung memasarkan ide nya pada pengguna internet sehari-hari, yang berpotensi bisa menyediakan dukungan keuangan. Crowdfunding menjadi perhatian saat komunitas digital juga mengalami peningkatan. Hal tersebut selaras dengan pendapat Green (2014, hal 88), “*The rise of the digital community has allowed more participants to find and join with their communities and disrupt these older forms of crowdfunding in unique and interesting ways, which will continue to evolve.*”

Terakhir, pengertian *crowdfunding* yang dikutip dari laporan World Bank (2013) *Crowdfunding's Potential for the Developing World* adalah fenomena yang dimediasi secara sosial dan mengandalkan sebagian besar pada kepercayaan intrinsik orang menempatkan pada sambungan bersama di jaringan sosial, afinitas masyarakat, dan pada peringkat dari orang lain, misalnya situs utama terpercaya. Dalam definisi ini, kepercayaan antara investor penting. Kepercayaan antara investor dan platform sama - jika tidak lebih - penting, dan itu adalah

tantangan platform *crowdfunding* dari segala jenis akan menghadapi hari-hari ketika mereka mencoba untuk mendorong modal dari kerumunan kepada mereka yang membutuhkannya.

Crowdfunding dalam Mendukung Aksi Keterlibatan Sosial

Crowdfunding bukanlah barang baru, hanya namanya saja yang baru, karena esensi dari *crowdfunding* ialah proses konversi dari sosial kapital jadi finansial kapital. (Green, 2014). Pada dasarnya *crowdfunding* memang bermain dengan berbagai sisi pada dimensi sosial, mulai dari titik awal sampai pendaayagunaannya. Di sinilah pemekaran dan pemilihan area terbagi. Kali ini kita akan membahas secara khusus *crowdfunding* dengan orientasi sosial, derma atau non-profit.

Seperti dibahas sebelumnya, *crowdfunding* tipe ini termasuk pada kriteria *Donation-based* jika mengacu pada pembagian tipe menurut The World Bank (2013). Bahkan dari sektor inilah *crowdfunding* mengalami pengembangan sampai untuk tujuan mencari keuntungan pada berbagai macam bidang bisnis. Seperti disebutkan oleh Green (2014), “..to say that *crowdfunding* is rapidly changing the marketplace for gathering funds for benevolent causes, social enterprises, artists, some local for-profit enterprises, and other big ideas.”.

Sektor sosial yang berbasis donasi pada *platform* ini menjadi cita rasa tersendiri untuk variasi kolam dana untuk dunia *volunteer*. Donasi sangat dekat relasinya dengan *charity* (derma), karena bersifat sumbangan, ingin sekedar membantu dan kontribusinya tersebut didasarkan pada *altruisme*. Dalam kasus proyek *crowdfunding reward-based*, individu menerima sesuatu yang cenderung ‘sepele’ sebagai imbalan atas kontribusi mereka. (Gulati, 2014) Imbalan tersebut biasanya berupa *t-shirt*, tiket ke acara proyek dan beberapa cinderamata. Tipe donasi dalam *crowdfunding* merupakan salah satu bidang terbesar dalam menggalang dana pada proyek *crowdfunding*, walau begitu ia tetap kategori yang paling lambat pertumbuhannya.(Crowdsourcing.org, 2012).

Dari konsep yang berkaitan dengan dunia kepedulian sosial tersebut, kita bisa melihat titik terang bahwa *crowdfunding* berpotensi menjadi mesin penjawab permasalahan yang dirasakan oleh orang ataupun organisasi non-profit, yaitu kesulitan dana. Dengan jalan tersebut, satu masalah yaitu pendanaan bisa diselesaikan. Sehingga mereka bisa berlanjut pada permasalahan lainnya dalam proyeknya tersebut. Aktivitas sosial yang dilakukan dapat meningkatkan nilai dari para pemegang saham untuk perusahaan dan meningkatkan *image* serta keuntungan yang melebihi dari biaya yang dikeluarkan bagi entrepreneur.(Kopeć, 2014). Dari

hal tersebut, justru tidak ada alasan untuk tidak melakukan keterlibatan sosial dalam usahanya bagi para pengusaha ataupun organisasi relawan . Sedangkan untuk para individu atau organisasi nirlaba, keterlibatan sosial ini bisa ditingkatkan kualitas dan kuantitasnya dengan melakukan proyek *crowdfunding* ini.

Dengan adanya sokongan dana, aksi keterlibatan sosial bisa semakin maksimal. Karena sarana dan prasana untuk kebutuhan aksi dapat terpenuhi. Untuk keberlanjutannya sendiri, *crowdfunding* bisa mencari donatur baru dengan berbagai macam proyek untuk kepentingan organisasi dan gerakan sosialnya. Maka tidak ada lagi alasan gerakan sosial yang dilakukan terhenti karena tidak mencukupinya dana untuk menunjang aksi mereka.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi persoalan inti dan sekaligus fokus telaahan penelitian ini adalah bagaimana mekanisme *crowdfunding* dalam mendukung aksi sosial mahasiswa?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan eksistensi *crowdfunding* pada kalangan mahasiswa sekaligus menjelaskan mengenai mekanisme *crowdfunding* dalam mendukung aksi sosial mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan untuk metode penelitiannya penelitian ini menggunakan *grounded theory*. Pemilihan dan penggunaan desain ini terkait dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana aktivitas *crowdfunding* dalam latar aksi sosial mahasiswa. Dengan melibatkan 18 partisipan yang terdiri dari *founder* situs *crowdfunding*, pemilik proyek dan volunteer organisasi mahasiswa, pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara dan *focus group discussion*.

Dalam metode penelitian *Grounded Theory*, analisis data dilakukan dengan melakukan kodifikasi terhadap data dengan tiga tahapan (Strauss & Corbin, 1998; Glaser & Strauss, 2006), yaitu:

1. *Open Coding/Open Sampling*

Tahap ini dilakukan untuk segmentasi informasi mengenai pembentukan kategori awal atas fenomena yang diteliti. Data yang digunakan adalah hasil wawancara, observasi, dan *memo* (catatan-catatan penelitian) (Cresswell, 2012).

2. *Axial Coding*

Pada bagian ini, peneliti memilih satu kategori sebagai proses sentral dan menghubungkannya dengan kategori yang lain. Menurut Cresswell (2012), kategori-kategori ini biasanya terdiri dari:

1.1 *Causal Conditions* – Kategori kondisi yang mempengaruhi kategori inti (*core category/phenomena*)

1.2 *Context /condition*– Kondisi spesifik yang mempengaruhi strategi

1.3 *Core Category/Phenomena* – Ide utama atas fenomena inti sebuah proses

1.4 *Intervening conditions* – Kondisi umum kontekstual yang mempengaruhi strategi

1.5 *Strategies* – Tindakan spesifik atau interaksi yang dihasilkan dari fenomena inti

1.6 *Consequences* – Hasil yang didapat setelah menjalankan strategi

Seluruh tahapan ini disebut sebagai *coding paradigm*, yaitu tahap yang menggambarkan hubungan timbal balik (*interrelationship*) *causal conditions*, *strategies*, *contextual and intervening conditions*, dan *consequences*. (Cresswell, 2012).

3. *Selective Coding*

Mengutip pendapat Cresswell (2012, hal 426), “*In the selective coding the grounded theorist writes a theory from the interrelationship of the categories in the axial coding model*”. Pada level dasar, teori ini menyediakan penjelasan abstrak atas proses yang sedang diteliti.

PEMBAHASAN PENELITIAN

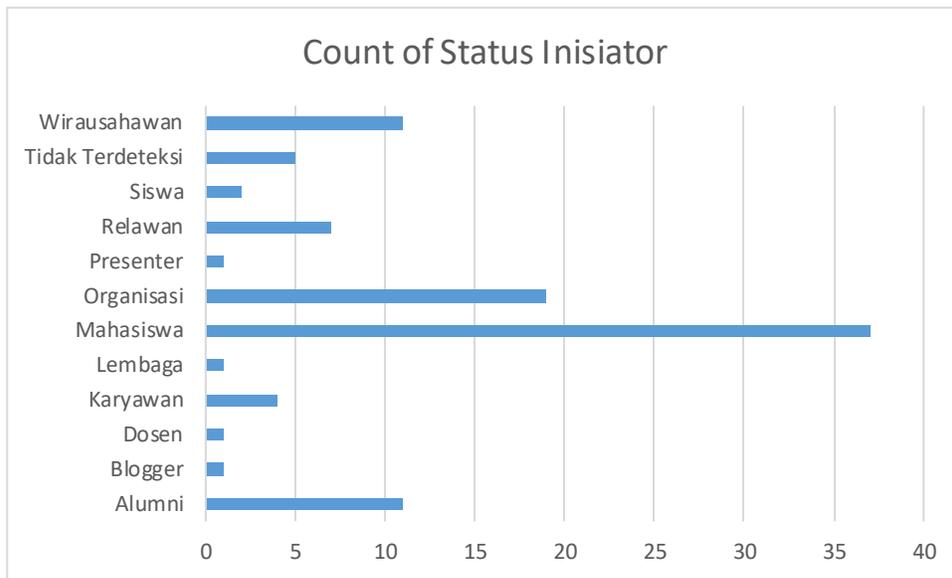
Eksistensi *Crowdfunding* Pada Kalangan Mahasiswa

Pembahasan mengenai eksistensi ini terkait erat dengan keberlanjutan kajian atas topik yang dikaji pada penelitian kali ini. Maka perihal eksistensi ini pun dikaji secara serius untuk menemukan bukti empirik yang bisa dipertanggung jawabkan dan bisa menunjang keseluruhan fokus kajian pada penelitian maupun rumusan masalah dalam penelitian ini.

Mengenai eksistensi *crowdfunding* pada kalangan mahasiswa, secara empiris terlihat setidaknya ada dua posisi yang bisa kita lihat pada temuan kali ini, yakni *crowdfunding* sebagai

media menggalang dana dan *crowdfunding* sebagai media publikasi gerakan. Posisi pertama memang posisi pokok dalam *crowdfunding* sebagai media menggalang dana di ranah *online*. Seperti pengakuan dari PAP mengenai awal mula ia mengetahui *crowdfunding* “Pada mata kuliah kewirausahaan sosial, saya diperkenalkan kitabisa oleh dosen Beliau mengatakan bahwa *website* ini untuk mendanai proyek-proyek sosial. Dan saya pun baru tahu mengerti istilah *crowdfunding* saat saya mencoba untuk *apply project* ke *kitabisa.com*”

Dapat dilihat bahwa, informasi pertama sekaligus tujuan utama melaksanakan kegiatan *crowdfunding* ialah untuk menggalang dana. Mengenai keikutsertaan mahasiswa pada project *crowdfunding*, kita bisa melihat pada data yang berhasil dikumpulkan melalui observasi di *website* Kitabisa sampai tanggal 29 Maret 2015. Observasi dilakukan berkelanjutan dari bulan Desember 2014 sampai Maret 2015. Identifikasi dilakukan dengan cara mencari informasi pemilik proyek (Inisiator) pada tab biografi di setiap halaman proyeknya di *Kitabisa.com*. Pada bagian tersebut, peneliti mengategorikan sesuai dengan informasi inisiator yang mencantumkan status ataupun kegiatannya secara eksplisit maupun implisit, yang dapat mengidentifikasi status yang bersangkutan sebagai mahasiswa. Jika data yang terdapat di tab biografi tidak mencukupi, maka pencarian akan dilakukan *tracking* secara maya dengan mesin pencari *Google*, lalu mengidentifikasinya melalui data yang didapat melalui metode tersebut. Dari semua itu, observasi ini membuahkan hasil analisa sesuai **Grafik 1** di bawah ini.



Grafik 1 Status Inisiator dengan sistem Kluster
Data diolah oleh peneliti

Terlihat pada tabel **Grafik 1** di atas, bahwa inisiator yang terdeteksi dengan status Mahasiswa terlihat menonjol dengan nilai 37 dibanding dengan status lainnya. Sebetulnya hasil tersebut bisa ditambah, jika para mahasiswa memilih untuk mencantumkan identitas kemahasiswaannya daripada sebagai organisasi.

Dari temuan penelitian, membuktikan bahwa *crowdfunding* eksis di kalangan mahasiswa. Hasil ini sesuai dengan ekspektasi sebelumnya, bahwa memang *crowdfunding* telah dikenal dan ada (eksis) di kalangan mahasiswa. Sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Paykacheva (2014), ia meneliti mengenai apakah *customer engagement principal* bisa digunakan untuk menambah potensi kesuksesan untuk kampanye *crowdfunding*. Ia mendapatkan sample populasinya dari mahasiswa *game development* di Kaajani University of Applied Science, menurutnya “*not only as it is convenient to reach, but also as the sample would include hardcore gamers, who rather probably have experience in crowdfunding campaigns participation*”. (Paykacheva, 2014, hal. 21). Ia melibatkan mereka yang mempunyai pengalaman berkampanye *crowdfunding*.

Tidak hanya pada penelitian Paykacheva saja yang mengidentifikasi eksistensi dan keterlibatan mahasiswa pada proyek *crowdfunding*, tetapi keterangan mengenai mahasiswa yang terlibat dalam proyek *crowdfunding* juga telah disinggung pada penelitiannya Rahayu (2013), pada bagian temuan penelitiannya tersebut, mahasiswa disebutkan aktif membantu kampanye *crowdfunding*, ataupun sebagai donatur.

Jika melihat kembali definisi dari *crowdfunding* yang merupakan proses meminta masyarakat umum untuk menyediakan atau memberi sumbangan untuk modal awal sebuah usaha baru.(Steinberg & DeMaria, 2012). Penyebutan masyarakat umum membawa pemahaman bahwa mahasiswa pun masuk pada kategori ini, tidak ada eksklusivitas pada proyek-proyek *crowdfunding*. Hal tersebut diperkuat juga oleh laporan World Bank (2013) yang berjudul *Crowdfunding's Potential for the Developing World*, yang mendefinisikan *crowdfunding* sebagai fenomena yang dimediasi secara sosial dan mengandalkan sebagian besar pada kepercayaan intrinsik orang menempatkan pada sambungan bersama di jaringan sosial, afinitas masyarakat, dan pada peringkat dari orang lain, misalnya situs utama terpercaya.

Dunia *volunteer* yang dekat dengan istilah dan peran donasi membawa *crowdfundingdonation-based* menjadi lumbung dana alternatif serta potensial untuk kegiatan kerelawanan mereka. Mahasiswa ini biasanya mengisi kegiatannya dengan bervolunteer di luar aktivitas akademik. Belum lagi, tipe *crowdfunding donation-based* merupakan salah satu bidang terbesar dalam menggalang dana pada proyek crowdfunding, walau begitu ia tetap kategori yang paling lambat pertumbuhannya.(Crowdsourcing.org, 2012)

Sisi organisasi *volunteer* dibahas lebih jauh oleh Schneider (2007) yang mempelajari hubungan *civic engagement* dan *social capital* dalam kegiatan nirlaba berbasis komunitas. Dalam artikel ini mengidentifikasi tiga macam organisasi dimana *Civic engagement* dan *social capital* berfungsi berbeda: *organisasi citywide civic-engagement*, *community-based civic institutions*, dan *social-capital organizations*. Ia menyarankan bahwa partisipasi dalam agensi pelayanan sosial melalui *volunteering or donations* memang tidak selalu memberi petunjuk pada *Civic Engagement* yang menjadi lebih baik. Semua tiga jenis organisasi menunjukkan bahwa meskipun *social capital* atau modal sosial dan *Civic Engagement* dapat terjadi beriringan. Dari studi ini kita bisa melihat relasi yang lebih komprehensif pada volunteer, donasi dan mahasiswa. Satu sama lain berjalan seiringan sesuai dengan kondisi yang diharapkan.

Pada hasil observasi serta kalkulasi dengan data yang berasal dari website kitabisa.com, telah didapatkan data bahwa mahasiswa mempunyai keterlibatan sekitar 37%, dan itu merupakan keterlibatan paling tinggi, sedangkan jenis proyek yang paling banyak dilaksanakan di kitabisa.com ialah yang berjenis sosial dengan capaian 71%. Selaras dengan hasil penelitian lainnya, yang menunjukkan bahwa *platform* yang menggunakan sistem donasi / *reward-based*

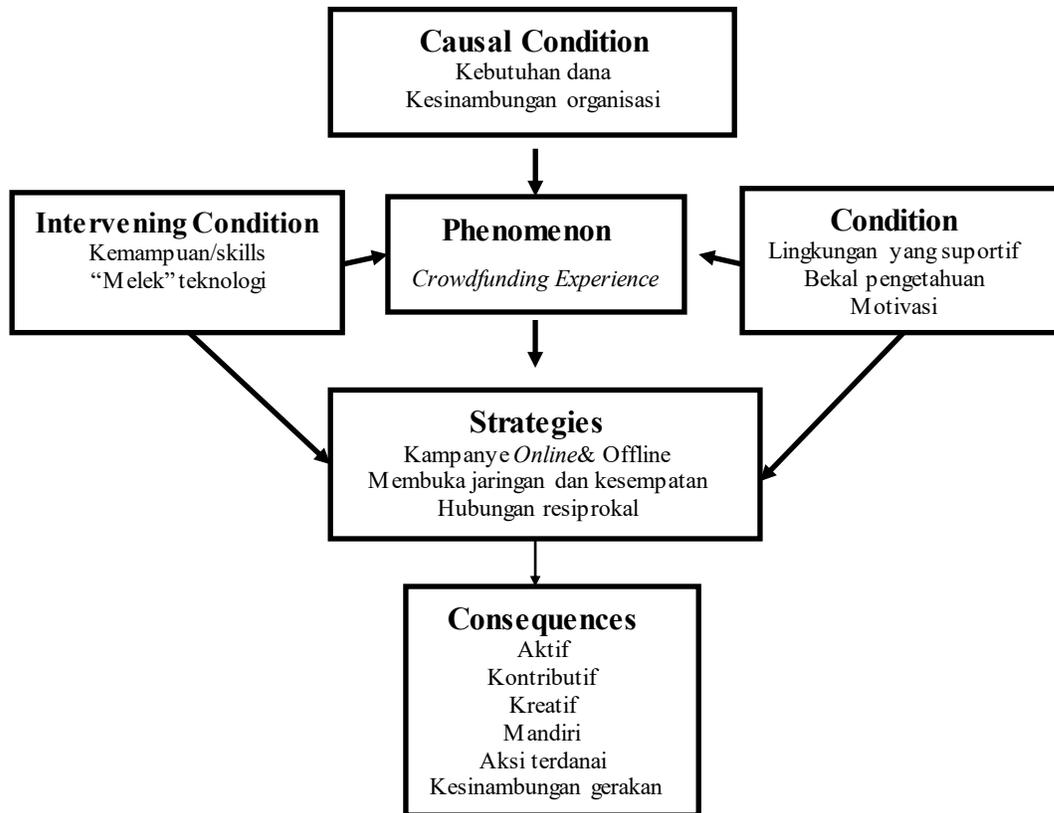
dengan tingkat keberhasilan yang lebih daripada yang lain dengan tingkat keberhasilan 54%. (Willems, 2013)

Jika bisa menyimpulkan bahwa *crowdfunding* telah eksis pada kalangan mahasiswa, maka diharapkan adanya penelitian yang mengkaji apakah itu relasi *crowdfunding* dengan mahasiswa, ataupun bagaimana cara mahasiswa berkampanye *crowdfunding* yang efektif, ataupun melihat *crowdfunding* sebagai sarana untuk *men-supply* para entrepreneur muda dari kalangan akademisi. Hal ini sangat penting, jika melihat bahwa Indonesia memerlukan lebih banyak entrepreneur, entah itu social entrepreneur ataupun usaha mandiri lainnya. Karena negeri yang demokratis, diisi oleh komponen warga yang siap untuk bersaing.

Demokratisasi Akses Keuangan Sebagai Pendukung Aksi Sosial

Istilah demokratisasi akses keuangan dicetuskan oleh salah satu partisipan yang merupakan *founder* dari website *crowdfunding* lokal. Ia berkata bahwa *crowdfunding* akhirnya dapat mendemokratisasi akses keuangan. Kalau masing-masing orang bisa ikut berpartisipasi untuk mewujudkan karya seseorang, ini sebetulnya konsep Guyup dan Gotong Royong dari salah satu proklamator, yaitu Bung Hatta. Sekaligus ini membuktikan bahwa esensi dari *crowdfunding* ialah proses konversi dari sosial kapital jadi finansial kapital. (Green, 2014). Dengan meminimalisir kerumitan akses, yang dahulu untuk mengakses keuangan sangat birokratis, bertahap-tahap dan perlu waktu cenderung lama, kini dikumpulkan dengan *crowdfunding* yang cukup melibatkan penawaran terbuka melalui internet untuk penyediaan sumber daya keuangan baik dalam bentuk sumbangan atau pertukaran untuk aset (pembelian inden) atau bentuk penghargaan tertentu dan/atau hak jajak suara). (Belleflamme, Lambert, & Schwiendbacher, 2012).

Mekanisme demokratisasi akses keuangan dalam mendukung aksi sosial yang dimaksud tersebut dapat dijelaskan dengan mekanisme seperti yang tergambar pada Grafik dibawah ini.



Berangkat dari *causal condition*, yaitu kategori kondisi yang mempengaruhi kategori inti (*core category/phenomena*) secara langsung. *Crowdfunding* dilaksanakan oleh sebuah organisasi *volunteer* karena ada kebutuhan dana serta untuk kestinambungan organisasi. Seperti dijelaskan sebelumnya, bahwa *crowdfunding* juga berfungsi sebagai media pemasaran dan rekrutmen bagi calon *volunteer* selain menjadi tempat untuk penggalangan dana. Hal tersebut juga diperkuat oleh pengalaman sekaligus faktor pendorong sang pencetus mengelola Kitabisa, AFT berkata:

“*Personal story* adalah hal yang menjadi alasan sekaligus motivasi untuk mendirikan kita bisa. Di mana saat menjadi mahasiswa yang akan memiliki project atau mengadakan sebuah acara tetapi kekurangan dana, padahal idealisme tinggi, semangat tinggi. Padahal saya pikir banyak orang di luar sana yang mau membantu.”

Keterbatasan akan dana dan harapan ada donatur yang siap membantu tersebutlah, yang mempengaruhi sekaligus mendorong mengapa sang proyek owner melaksanakan penggalangan dana melalui *crowdfunding*. Sementara itu, kestinambungan organisasi dari rekrutmen juga bisa didapat oleh organisasi yang berkampanye untuk penggalangan dana proyek *crowdfunding*nya.

Orang bisa semakin mengenal organisasi tersebut bergerak pada bidang apa, dengan kata lain *crowdfunding* juga berfungsi sebagai media pemasaran. Pengakuan dari PAP mengenai hal tersebut: “Kelebihan *crowdfunding* pun bisa membuat organisasi *volunteer* lebih *viral* di sosial media dan caranya pun mudah untuk mahasiswa. Dan dalam hal *keadministrasian* terkait pendanaan juga cenderung lebih rapih.”

Dan terkait harapan tersebut, ternyata terbukti kemudian, masih dengan PAP ia berkata: “Banyak orang yang terjaring dan tertarik ingin menjadi *volunteer* sebuah organisasi, jumlahnya sekitar 30-50 orang. Mereka mengetahui organisasi *volunteer* dari kitabisa dan semua *social media* yang *re-share* proyek *crowdfunding* kita di kitabisa. Lalu (untuk tindak lanjutnya) mereka ditempatkan di berbagai *chapter* yang dimiliki organisasi *volunteer* tersebut.”

Dalam diagram diatas, terlihat *Crowdfunding Experience* (pengalaman ber-*crowdfunding*) sebagai *core category* atau *phenomenon* dalam penelitian kali ini. Mempelajari kategori dasar yang terdiri dari berbagai aktivitas dan proses untuk menjelaskan secara komprehensif dari fenomena tersebut. Sementara bisa terlihat pula dalam *condition* atau kondisi spesifik yang mempengaruhi strategi terdapat lingkungan yang suportif, dalam hal ini sekilas telah dijelaskan oleh pembahasan sebelumnya mengenai dukungan dari berbagai pihak. Melihat kembali pembahasan tersebut bahwa sangat pentingnya bentuk dukungan yang diberikan pada *project owner* tersebut. Dukungan bisa dimulai dengan diberinya kesempatan untuk melakukan kegiatan, memberi akses sampai menjadi donatur. Bentuknya yang dimulai dari moril sampai material dirasa cukup membantu, terutama dalam menopang strategi selanjutnya. Sementara itu kondisi lainnya ialah bekal pengetahuan, untuk memulai proyek *crowdfunding* tentu perlu pengetahuan mengenai bagaimana cara dan bagaimana ia bekerja. Pengetahuan tersebut bisa didapat dari kelas, pengakuan dari PAP mengenai hal tersebut: “Pada mata kuliah kewirausahaan sosial, saya diperkenalkan kitabisa oleh dosen. Beliau mengatakan bahwa *website* ini untuk mendanai proyek-proyek sosial. Dan saya pun baru tahu mengerti istilah *crowdfunding* saat saya mencoba untuk *apply* project ke kitabisa.com”

Informasi awal mengenai *crowdfunding* sangat diperlukan, tanpa hal tersebut tidak mungkin mereka dapat melakukan serangkaian proses penggalangan dana tersebut. Informasi didapatkan di kelas ataupun dengan mencarinya di internet. Tentu contoh proyek dan keberhasilannya bisa kita lihat dari *platform* internasional seperti Indiegogo dan Kickstarter.

Bahkan untuk pengembangan dan awal tujuan *platform* Kitabisa berdiri ialah berbekal informasi tentang keberhasilannya di tingkat internasional, AFT mengatakan

“Dengan mencoba konsep yang sudah *established* terlebih dahulu seperti Kickstarter dan Indiegogo, sedangkan di Indonesia baru ada wujudkan, maka dengan *angle* sosial kita adopsi modelnya, adaptasi ke konsep lokal, disitulah kitabisa.com ini hadir. Mengapa *angle* sosial yang kami ambil? Karena sosial yang paling gampang dicerna orang. Ada anak muda yang bersemangat dan punya ide, orang bisa membantu. Selama ini mungkin orang mengenal dengan bantuan sedekah, *infaq*, *shodaqoh* dan zakat. Ini lebih kepada *empowerment*, *young people need change*. Itu *angle* yang coba saya dorong.”

Dari motivasi tersebut di atas, entah itu *platform* atau sampai proyeknya, *crowdfunding experience* bisa berlanjut ke tahap strategi. Di sisi lain ada *Intervening conditions* atau kondisi umum kontekstual yang mempengaruhi strategi. Diantaranya kemampuan atau *skills* dan *melek* teknologi. Kedua hal ini menjadi kondisi kontekstual dalam proyek *crowdfunding* pada penelitian kali ini. Hal tersebut terkait dengan wilayah *crowdfunding* yang ada di dunia *online* dan *offline*, kecakapan pemanfaatan teknologi menjadi krusial dalam hal ini. Kemampuan-kemampuan yang dimiliki oleh *project owner* mempengaruhi tingkat kesuksesan sebuah proyek. Bagaimana ia bisa mengemas konten kampanye, bagaimana ia melakukan kampanye dan bagaimana pula ia menindaklanjuti para calon donatur yang sudah tertarik untuk berdonasi. Mengemas video yang menyentuh, narasi yang persuasif dan sentimentil (Lihat gambar 9) tentu memerlukan *skills* yang mumpuni.

Mengenai strategi, disimpulkan bahwa kategori-kategori yang disebutkan dalam tabel kolom *Strategy*, yaitu tindakan spesifik atau interaksi yang dihasilkan dari fenomena ini, yang antara lain isinya: Pemberian pengalaman, Kampanye *Online & Offline*, Membuka jaringan dan kesempatan, dan Hubungan resiprokal, dapat dilakukan untuk pengembangan sekaligus dukungan untuk mengembangkan muatan-muatan *civic engagement* dalam proyek *crowdfunding*. Tentu dalam data yang didapat dari proyek Bantu Baca, empat strategi di atas ditemukan, karena locus nya yang berada pada organisasi sosial nirlaba dan subyeknya yaitu *volunteer* yang didominasi oleh mahasiswa lintas jurusan. Pemberian pengalaman dilakukan oleh PAP semenjak para *volunteer* bergabung di sebuah organisasi Mereka diberi kepercayaan untuk mengajar, walau pada awalnya mereka tidak percaya diri atas kemampuannya dalam mengajar. Selanjutnya yaitu dengan melakukan kampanye *Online* dan *Offline*, dalam hal ini semua *volunteer* organisasi ini

terlibat dalam proyek Bantu Baca. Membuka jaringan dan kesempatan lebih pada otoritas kampus atau fakultas, seperti diceritakan oleh MRP, bahwa dirinya diberikan akses dan kesempatan untuk melakukan publikasi proyek bantu Baca tersebut. Dan Hubungan resiprokal yang telah dibahas sebelumnya dalam pembahasann relasi *civic engagement* dan *social responsibility* diperkuat sesuai dimensi dan keperluan masing-masing untuk mengembangkan dan memaksimalkan keberhasilan.

Dan terakhir, mengenai *consequences* yaitu hasil yang didapat setelah menjalankan strategi, yang terdiri dari Aktif, Kontributif, Kreatif, Mandiri, aksi terdani dan kesinambungan gerakan. Sebagian temuan tersebut telah dikaji atau dibahas pada temuan sebelumnya, unsur psikologis dan praktis lebih banyak terlihat sebagai hasil setelah strategi tersebut dilaksanakan. Walau hal tersebut terjadi secara gradual semenjak keterlibatan pertama mereka di organisasi *volunteer*.

Dalam aksi sosial, pasti adanya modal sosial yang digunakan. Selain itu, adanya bagian-bagian yang terasah semakin baik dari sosial kapital tersebut berkontribusi dalam konversi ke finansial kapital. Konversi tersebut memutus rantai birokrasi dalam mengakses keuangan untuk keperluan aktivitas khususnya. Terdapat pula kesamaan dengan penelitian *The Evolution of Social Capital and Civic Engagement Between Nonprofit Networks and County Representatives: A Social Constructivist Approach*. Ditulis oleh Kalu N. Kalu dan Brett W. Remkus (2009) pada pengembangan sosial kapital, dalam penelitiannya tersebut mengatakan bahwa penyelenggara pemerintahan mengandalkan jaringan antar pribadi untuk menyelesaikan sesuatu, yang berlawanan dengan mengandalkan jaringan ICT, yang merupakan karakteristik pemimpin organisasi non-profit. Untuk hal ini pula, beberapa temuan dilapangan cukup relevan, perkembangan kompetensi, psikologis dan kontribusi terkena dampaknya.

Evaluasi positif dari temuan penelitian selaras juga dengan penelitian terdahulu, memperlihatkan mereka (*volunteer*) yang memiliki penilaian positif dari pengalamannya tersebut menyebutkan beberapa kemampuan untuk membuat sebuah perubahan sosial, tetapi bermanfaat juga secara pribadi, baik emosional dan lebih nyatanya kemampuan. (Henderson, Pancer, & Brown, 2013)

Demokratisasi akses keuangan tersebut menjadi frasa yang bisa menggambarkan *crowdfunding* di arena sosial, ekonomi dan aktivisme. Dengan menggalang dari semua pihak

secara bebas dan meluas, *crowdfunding* melampaui sekat birokrasi dan semua pihak dapat berkontribusi di dalamnya.

KESIMPULAN

Merujuk pada hasil temuan dan pembahasan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *crowdfunding* telah menjadi jawaban atas permasalahan klasik dalam aksi sosial mahasiswa, yaitu kekurangan dana. (Maiwan, 2015) Eksistensinya *crowdfunding* di kalangan mahasiswa khususnya mereka penggiat aktivisme *online* berdampak padadapat dipertemukan dua ruang berbeda, yaitu *online* dan dunia nyata. Penggalangan aksi dan dana melalui *crowdfunding* menjadi media demokratisasi akses keuangan yang tanpa birokrasi, cepat dan efektif untuk menggalang dana sebagai pendukung aksi sosial mahasiswa di dunia nyata. Dengan demikian, warga negara aktif semakin dapat terwujud melalui demokratisasi akses keuangan melalui *crowdfunding* ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2012). *Crowdfunding: Tapping the right crowd*. SRRN
- Crowdsourcing.org. (2012). *Crowdfunding Industry Report: Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms*. Crowdsourcing, LCC.
- Davies, R. (2014). *Civic Crowdfunding: Participatory Communities, Entrepreneurs and the Political Economy of Place*. Cambridge: Departement of Comparative Media Studies, Massachusetts Institute of Technology.
- Dehling, S. (2013). *Crowdfunding—A Multifaceted Phenomenon*. Netherlands: School of Management and Governance University of Twente.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2006). *The Discovery of Grounded Theory*. London: AldineTransaction.
- Green, C. H. (2014). *Banker's Guide to New Small Business Finance*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Gulati, S. (2014). *Crowdfunding: A Kick Starter for Startups*. TD Economics.

- Hemer, J. (2011). *A snapshot on crowdfunding*. Karlsruhe: Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research.
- Henderson, A., Pancer, S. M., & Brown, S. B. (2013). *Creating Effective Civic Engagement Policy for Adolescents: Quantitative and Qualitative Evaluations of Compulsory Community Service*. *Journal of Adolescent Research*, 120-154. infoDev, I. f. (2013).
- Crowdfunding's Potential for Developing World. Finance and and Private Sector Development Department*. Washington DC: The World Bank.
- Kemp, S. (2015, Maret 11). *Digital, Social & Mobile in APAC in 2015*. Diambil kembali dari We Are Social: <http://wearesocial.net/blog/2015/03/digital-social-mobile-apac-2015/>
- Kopeć, M. (2014). *Social Responsibility in the Krakow Region*. *International Journal of Arts and Sciences*, 7(1), 245-261.
- Massolution. (2013). *2013CF: The Crowdfunding Industry Report*. Massolution.com.
- Nugroho, Y., & Syarif, S. S. (2012). *Melampaui aktivisme Click? Media Baru dan Proses Politik dalam Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Friedrich-Ebert-Stiftung Kantor Perwakilan Indonesia.
- Ordanini, A., Miceli, L., Pizzeti, M., & Parasuraman, A. (2011). *Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms*. *Journal of Service Management*, 22(4), 443-470.
- Outlaw, S. (2015, Maret 29). *The Basics of Crowdfunding*. Diambil kembali dari Entrepreneur: <http://www.entrepreneur.com/article/228125>
- Paykacheva , V. (2014). *Crowdfunding as a Customer Engagement Channel* . Kajaani, Finland: Kajaani University of Applied Sciences.
- Steinberg, S., & DeMaria, R. (2012). *The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for any startup, video game, or project*. Read.me.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. California: Sage Publications, Inc.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing your world*. McGraw-Hill.
- Willems, W. (2013). *What characteristics of Crowdfunding platforms influence the success rate?* Rotterdam: Erasmus School of History, Culture, and Communication.

Winataputra, U. S. (2012). *Pendidikan Kewarganegaraan dalam Perspektif Pendidikan untuk Mencerdaskan Kehidupan Bangsa (Gagasan, Instrumentasi, dan Praksis)*. Bandung: Widya Aksara Press.