

Crowdfunding, Sekarang, Siapa pun, Bisa!

Di kala jaringan maya semakin nyata dampaknya, tren positif *crowdfunding* makin terlihat, termasuk di Indonesia.

ARZIA TIVANY WARGADIREJIA

Jurusan Jurnalistik Universitas Padjadjaran Bandung

SEBUAH monumen kolosal berdiri gagah di Liberty Island, di tengah-tengah sibuknya Kota Manhattan, New York, Amerika Serikat. Namun, patung lambang kebebasan Amerika Serikat yang dirancang Frederic Auguste Bartholdi ini mungkin tak akan pernah berdiri tepat pada waktunya tanpa didukung sistem pendanaan publik bernama *crowdfunding*.

Pionirnya ialah jurnalis sekaligus penerbit surat kabar *The New York World*, Joseph Pulitzer. Ialah biang keladi terbentuknya kampanye pendanaan publik lewat media massa di Amerika Serikat. Hanya dalam waktu 5 bulan, dana untuk membangun tumpuan bagi monumen hadiah dari Prancis tersebut, berhasil terkumpul sebanyak lebih dari US\$100 ribu, yang berasal dari kantong 160 ribu orang, yakni tiga per empatnya adalah donasi di bawah US\$1. Hal ini jelas membuktikan masifnya kekuatan publik dan media. Terlebih lagi kini dengan munculnya berbagai platform *crowdfunding* global seperti *kickstarter*, *startsomegood*, *indiegogo*, dan masih banyak lagi.

Crowdfunding dan Indonesia

Di Indonesia sistem seperti ini berdekatan dengan konsep 'patungan' dan gotong royong yang lama mendarah daging, yakni banyak orang mengumpulkan dana untuk mencapai suatu tujuan. *Crowdfunding* tidaklah sulit dijalankan di Indonesia, "Kultur saling membantu dan saling memberi sudah ada di DNA orang Indonesia, sudah mendarah daging," ucap praktisi *crowdfunding* dari *startsomegood* di Pacific Place, Jakarta, Stephanie Arrowsmith, beberapa waktu lalu.

Ternyata memang tidaklah sulit. Di Indonesia *crowdfunding* mulai digunakan sejak sekitar dua tahun lalu. Beberapa menggunakan situs pribadi sebagai halaman kampanye, sebagian lagi menggunakan platform *crowdfunding* seperti *wujudkan.com*, *kitabisa.co.id*, bahkan *kickstarter.com*.

Berbagai proyek besar di Indonesia didanai melalui *crowdfunding*, salah satunya adalah proyek Buku Untuk Papua yang digagas Dayu Rifanto. Proyek ini berfokus pada gerakan sosial peduli pendidikan di Papua, didasari oleh angka illiterasi yang tinggi dan keprihatinan Dayu akan banyaknya proyek sosial yang hanya berhenti di Pulau Jawa. "Kalau ini berhasil, kita akan sama-sama lihat bagaimana hubungan antara Barat dan Timur Indonesia bisa terfasilitasi," jelasnya kepada *Move*.

Melalui *crowdfunding*, Dayu melihat banyak potensi bisa diwujudkan oleh siapa pun, termasuk orang yang tidak memiliki dana. "Pemerintah enggak masuk ya enggak apa-apa. Kita tetap bisa bikin sesuatu kok," tegasnya. Selain karena ide yang bisa menggugah banyak orang untuk terlibat, Dayu berpendapat sistem *crowdfunding* akan berhasil jika suatu proyek sudah memiliki massa dan komunitasnya sendiri sehingga rasa pentingnya untuk terlibat semakin kuat.

Proposal

Jika kita ingin membuat kampanye penggalangan dana di platform *crowdfunding*, persiapan proposal proyek adalah hal mutlak untuk mengetahui kebutuhan dana. Setelah bekerja sama dengan platform tertentu, mulailah berkampanye!

Kampanye adalah salah satu proses terpenting, yakni pembuat proyek sebisa mungkin menarik banyak orang untuk memberi donasi. Hal yang penting diingat adalah, platform

crowdfunding bukanlah pemberi dana. Mereka hanya berperan sebagai fasilitator.

"Banyak orang yang berpikir kalau kita ini punya uang, sehingga yang terjadi adalah, mereka memasukkan proposal lalu enggak berbuat apa-apa," ungkap pendiri *kitabisa.co.id*, Alfatih Timur yang akrab disapa Timmy.

Dalam percakapan Timmy dengan *Move*, ia membeberkan pentingnya kampanye berkaitan dengan potensi perolehan dana versi *kickstarter*, yakni 33% pertama diperoleh dari *peer group* atau orang-orang terdekat pembuat proyek. Sebanyak 33% kedua diperoleh dari *extended peer* atau kerabat *peer group*, sedangkan 33% terakhir baru orang asing yang tidak dikenal sama sekali, tetapi merasa ada bagian dalam dirinya yang harus terlibat.

Salah satunya, Hani Fauzia yang pernah terlibat sebagai pemberi donasi (*backer*) dalam dua proyek *crowdfunding* berbeda, "Yang pertama proyek milik band Pandai Besi dan satu lagi proyeknya Amanda Palmer," ungkapnya. Memiliki minat besar di dunia musik membuatnya tertarik dan merasa perlu terlibat dalam menentukan arah industri kreatif, "Ini proyek musik, jadi menegaskan bahwa label enggak bisa bikin orang bayar untuk dengar karya mereka. Kalau kita suka dan peduli kita dukung kok, kita bayar," tegasnya.

Hal demikian pun disampaikan Mandy Marahimin, pendiri platform *wujudkan.com* yang berfokus pada industri kreatif, "Tiap bakat baru perlu secara konstan membuat kreasi baru untuk mengembangkan kemampuannya. Tapi sebelum ia punya nama, sulit mendapatkan dukungan dana agar ia dapat berkreasi," jelas Mandy.

Namun sayangnya, regulasi tetap mengenai *crowdfunding* di Indonesia belumlah jelas meskipun sebagian meresponsnya dengan positif, "Peraturannya masih abu-abu. Cuma kita sudah audisensi dengan pemerintah, Kemenparekraf, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kita masih *nunggu* surat pernyataan, tapi secara lisan sudah dibolehkan," jelas Timmy.

Melalui *crowdfunding* ini ingin ditumbuhkan semangat kalangan manapun bisa memulai proyeknya, sekarang.

"*You're not selling products, you're selling visions*," ungkap Stephanie Arrowsmith. Tanpa disadari, sistem inilah yang seharusnya menjadikan kita mandiri. Tetap beraksi meski janji negeri memberi, belum ditepati. Senada dengan yang diungkapkan Vikra Ijas, praktisi *crowdfunding* dari *kitabisa.co.id* dalam peluncuran *kitabisa.co.id* 2.0 bahwa tidak ada yang tidak bisa ketika aku dan kamu bersatu sebagai kita. (M-6)

move@mediaindonesia.com



Di Indonesia sistem seperti ini berdekatan dengan konsep 'patungan' dan gotong royong yang lama mendarah daging, yakni banyak orang mengumpulkan dana untuk mencapai suatu tujuan.

OPINI MUDA

Saskia Karina
Jurusan Manajemen Komunikasi
Universitas Padjadjaran
Bandung



AKU sih awalnya tahu konsep *crowdfunding* itu semacam ikut memberi dana atau seperti patungan. Namun uniknya di sini kita bisa memilih *project* mana yang sesuai dengan minat dan kita akan merasa menjadi salah satu bagian dari *project* itu apabila bisa diwujudkan. Aku lihat potensi *crowdfunding* akan meningkat karena Indonesia punya orang-orang yang kreatif dalam ide sosial yang kadang enggak punya dana.

Svetlana Eltsova
Fakultas Biologi Kemerovo
State University, Rusia



SEBENARNYA saya belum familier dengan sistem *crowdfunding* dan belum pernah ikut terlibat di dalamnya. Di Rusia sebenarnya kami punya sistem serupa ketika banyak ide brilian yang berkaitan dengan ide kreatif dan riset ikut didanai pula. Tapi memang belum berbasis dana publik, kebanyakan masih dikelola perusahaan, organisasi, atau para filantropis.

HOW TO

Wujudkan Idemu!

JIKA kamu ingin ikut bergabung bersama generasi yang lelah menunggu janji dan siap berperang sekarang lewat proyek-proyek brilian di situs *crowdfunding*, inilah berbagai kiat yang berhasil *Move* rangkum dari sejumlah praktisinya.

- 1 Mulai dari ide! Buatlah ide kreatif yang bisa menarik banyak orang terlibat. Jika merasa idemu cukup *segmented*, raihlah massa atau komunitas tertentu untuk mendukung.
- 2 Tuangkan idemu dalam sebuah proposal dan pastikan kebutuhan dananya *visible* dan akurat, setelah itu daftarkan pada situs *crowdfunding* tepercaya.

3 Siapkan kampanye dan berbagai ide segar! Ingat *crowdfunding* bukan meminta-minta dan proyek amal semata. Ini penggalangan dana kreatif. Pastikan tentukan *reward* yang unik bagi para *backers* yang disesuaikan dengan dana yang mereka kontribusikan, mulai ucapan terima kasih di media, souvenir, hingga berbagai ide segar lainnya.

4 Tentukan jumlah dana dan batas waktunya. Pastikan orang-orang terdekat mendukung dan minta mereka untuk menyebarkan kembali pada orang-orang terdekat mereka demi memenuhi dasar 33% pertama dan 33% kedua. Jika dana sudah terkumpul, jangan lupa transparansi pendanaan. Ini menyangkut banyak orang! Selamat mencoba. (*M-6)