ANALISA KUALITAS PENERIMAAN WAKAF PADA *PLATFORM CROWDFUNDING* DI INDONESIA MELALUI KUALITAS PENGGALANGAN DANA DAN KREDIBILITAS PENGGALANG DANA (STUDI KASUS KITABISA.COM)

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

Masdhuki Zakaria
175020501111004

JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2021

Judul : Analisa Kualitas Penerimaan Wakaf Pada *Platform Crowdfunding* Di Indonesia Melalui Kualitas Penggalangan Dana dan Kredibilitas Penggalang Dana (Studi Kasus Kitabisa.Com)

Masdhuki Zakaria
Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Brawijaya
Email: masdhuki_zaka@student.ub.ac.id

ABSTRAK

Wakaf sebagai salah satu dana sosial Islam dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dengan menggunakan platform crowdfunding sebagai upaya meningkatkan penerimaan wakaf. Wakaf sendiri memiliki potensi yang sangat besar dimana Badan Wakaf Indonesia mengungkapkan potensi wakaf tunai di Indonesia mencapai 180 triliun rupiah per tahun. Akan tetapi, belum banyak penelitian yang mengkaji mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggalangan dana wakaf melalui platform crowdfunding di Indonesia. Oleh karenanya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas penggalangan dana (campaign) dan kredibilitas penggalang dana (campaigner) dalam memengaruhi penerimaan penggalangan dana wakaf melalui platform crowdfunding dengan studi kasus Kitabisa.com di Indonesia. Pemilihan Kitabisa.com sebagai studi kasus dikarenakan Kitabisa.com merupakan platform crowdfunding yang sudah dikenal luas di Indonesia yang dibuktikan dengan lebih dari 22.000 penggalangan dana terdanai (per April 2020). Dengan menggunakan model regresi OLS, hasil penelitian ini menunjukkan jumlah gambar,jumlah video, pembaruan informasi (update), jumlah penggalangan dana yang didukung, serta jumlah hari (durasi) memiliki pengaruh yang positif dalam menghimpun wakaf di Kitabisa.com. Hal ini menunjukkan penyampaian penggalangan dana secara visual serta banyaknya update dapat menunjukkan transparansi penggalang dana dan penggalang dana berstatus organisasi lebih dipercaya oleh masyarakat. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi para pemangku kepentingan yang hendak membuat platform crowdfunding khusus wakaf di Indonesia sehingga bisa memerhatikan faktor- faktor terkait kualitas penggalangan dana dan kredibilitas penggalang dana yang dapat mempengaruhi penerimaan wakaf.

Kata kunci: Wakaf, Crowdfunding, Kualitas, Kredibilitas

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah membawa peradaban manusia semakin maju berkat kemudahan yang diberikan dihampir semua lini kehidupan. Orang-orang yang terlibat di sektor bisnis, pendidikan, sosial maupun produk barang dan jasa lainnya turut merasakan manfaat yang dibawa oleh perkembangan teknologi. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi yang kini sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia adalah lahirnya ekonomi digital. Seperti yang telah dilansir dalam artikel yang berjudul "Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta" pada situs databoks.katadata.co.id (2020), ditahun 2019 populasi pengguna internet mencapai 180 juta orang atau 67%, dan populasi pengguna internet aktif telah mencapai 150 juta atau 56% dan pada tahun 2020 pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 196,7 juta jiwa. Pada tahun Hingga 2020, ekonomi digital di Indonesia telah mencapai USD 44 miliar atau 633,88 triliun (kurs 14.406 per dolar AS) dan *Compound Annual Growth Rate* sekitar 44% sejak 2015. Ekonomi digital Indonesia mencapai USD 124 miliar dengan Compound Annual Growth Rate sebesar 23% sejak 2020.

Penggunaan ekonomi digital yang semakin *massive* memunculkan dampak positif, setidaknya terdapat tiga poin berikut, yaitu: pertama, digitalisasi ekonomi mempermudah masyarakat dalam berbelanja sekaligus mendorong penjualan dengan kehadiran *e-commerce* (Shukla & Bose, 2017). Kedua, dampak yang dirasakan dari eksistensi digitalisasi ekonomi adalah membantu mengurangi biaya transaksi dengan cara mengganti perantara pihak ketiga dengan *platform digital* (Felländer, Ingram, & Teigland, 2015). Sehingga, efisiensi transaksi ekonomi dapat terjadi. Terakhir, perkembangan teknologi membawa manusia pada *platform crowdfunding* yang membantu masyarakat dalam menghimpun dana untuk keperluan tertentu (Agrawal, Catalini, & Goldfarb, 2013). Maka dari itu, sudah selayaknya seluruh pemangku kepentingan memahami manfaat yang diberikan oleh digitalisasi ekonomi dan memanfaatkan momentum ini agar bisa ikut bersaing dengan negara-negara maju, termasuk juga pemangku kepentingan yang bergerak di sektor ekonomi Islam.

Pertumbuhan perekonomian dibidang digital mengalami peningkatan yang sangat masif dalam beberapa tahun terakhir. Pada survey *e-commerce* pada tahun 2020 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS)

menunjukkan terdapat peningkatan jumlah usaha yang baru beroperasi. Dimana tercatat 45,93% usaha baru yang mulai beroperasi pada rentang waktu 2017-2019, bahkan terdapat 38,58% usaha yang sudah mulai beroperasi pada rentang tahun 2010-2016, dan hanya 15,49% yang sudah beroperasi lebih dari sepuluh tahun. Penggunaan digital dalam bidang ekonomi memiliki potensi yang besar untuk pertumbuhan ekonomi, hal tersebut dapat dilihat dari pendapatan para pengusaha yang menjadikan *e-commerce* sebagai wadah transaksi jual beli produk mereka. Berdasarkan profil usaha e-commerce yang telah di himpun oleh BPS, menyatakan bahwa para pengusaha yang produknya di pasarkan melalui *e-commerce* dapat mencapai pendapatan 50 miliyar per tahunnya.

Melihat besarnya potensi digitalisasi ekonomi, para pelaku ekonomi Islam seharusnya dapat memanfaatkan hal tersebut, terkhusus dalam upaya penggalangan dana sosial Islam baik seperti zakat, infaq, sedekah, maupun wakaf. Dana sosial Islam yang terkumpul dapat digunakan untuk modal pembangunan manusia dari berbagai aspek kehidupan mengingat dana sosial Islam memiliki potensi yang cukup besar. Wakaf, sebagai salah satu bentuk dana sosial Islam memiliki potensi yang cukup besar di Indonesia. Pada situs resmi yang dikelola Badan Wakaf Indonesia (BWI), mengungkapkan bahwa potensi wakaf tunai di Indonesia mencapai 180 triliun rupiah per tahun (bwi.go.id, 2021). Sayangnya, potensi yang berasal dari besarnya masyarakat muslim di Indonesia tersebut belum mampu dioptimalkan. Dengan kondisi tersebut, pegiat ekonomi Islam sudah selayaknya memanfaatkan *platform online* untuk membantu menggalang potensi dana wakaf tersebut. Adapun produk ekonomi digital yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan penerimaan dana sosial Islam dan penyalurannya adalah dengan penggunaan *platform crowdfunding*. Penggunaan internet, khususnya *platform crowdfunding,* dapat mengoptimalkan penghimpunan dana sosial Islam lantaran selama satu dekade terakhir, internet telah menjadi sarana yang efektif digunakan untuk mengumpulkan donasi amal (Sura, Ahn, & Lee, 2017).

Di Indonesia sendiri, terdapat beberapa *platform crowdfunding* diantaranya Kitabisa.com yang berbasis donasi (*charity*), crowdo yang bergerak di bidang permodalan (*lending and equity*), serta kapital boost yang bergerak di bidang yang sama dengan crowdo. Di antara beberapa *platform crowdfunding* tersebut, Kitabisa.com merupakan salah satu *platform* yang sesuai digunakan untuk menghimpun dana sosial Islam karena semangat gotong royong yang dimiliki Kitabisa.com sejalan dengan ajaran Islam. Kitabisa.com merupakan sebuah *platform crowdfunding* donasi pertama sekaligus *platform crowdfunding* yang berhasil menghimpun donasi terbesar di Indonesia. per tanggal 22 April 2020, Kitabisa.com berhasil menyalurkan donasi dan zakat sebesar lebih dari 630 milyar rupiah serta mendanai lebih dari 22.000 proyek sosial. Terdapat beberapa kategori yang ditampilkan di situs Kitabisa.com yakni: Balita & Anak Sakit, Bencana Alam, Bantuan Medis & Kesehatan, Kemanusiaan, Rumah Ibadah, Kegiatan Sosial, Beasiswa & Pendidikan, Sarana & Infrastruktur, Produk & Inovasi, Zakat serta kategori Lainnya.

Dalam kaitannya dengan kegiatan *crowdfunding*, beberapa penelitian telah mengemukakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi performa proyek *crowdfunding* (Bao & Huang, 2017*;* Koch & Siering, 2015*;* Thanh Tu, Anh, & Ha Thu, 2018*;* dan Zhou et al., 2015). Dalam penelitiannya, Zhou et al. (2015) mengungkapkan faktor-faktor yang memprediksi kesuksesan penggalangan dana dari segi kualitas argument penggalangan dana (*campaign*) yang dikampanyekan dan dari segi penggalang dana. Sedangkan Koch & Siering (2015) menyebut bahwa performa *crowdfunding* yang ditandai dengan kesuksesan penggalangan dana memenuhi target dana didasari oleh indikator media yang diberikan dalam penggalangan dana, spesifikasi proyek, dan spesifikasi pemilik proyek. Dari penelitian sebelumnya, tidak ditemukan penelitian yang secara spesifik membahas tentang performa dari penggalangan dana dana sosial Islam yang diproksikan dengan penerimaan dana sosial Islam, khususnya wakaf. Dalam penelitian ini, penulis ingin melihat bagaimana pengaruh dari kualitas penggalangan dana dan kredibilitas penggalang dana dapat mempengaruhi performa penggalangan dana yang diproksikan dengan penerimaan dana sosial Islam berupa wakaf.

B. TINJAUN PUSTAKA

Wakaf

Wakaf merupakan salah satu instrumen penting dari ekonomi Islam yang berasaskan sosial. Institusi wakaf dalam sejarah peradaban Islam memiliki peranan penting dalam penyediaan kebutuhan-kebutuhan sosial seperti pendidikan, kesehatan, barang publik (jalan, jembatan dan keamanan nasional), komersil, pengairan, kebutuhan ibadah, menolong yang membutuhkan, menciptakan lapangan kerja, serta menyokong sektor agrikultur dan industri (Sadeq, 2002). Selain itu, sejarah juga membuktikan bahwa wakaf memiliki target utama untuk mengentaskan kemiskinan serta berperan penting melalui kontribusinya yang luas dan beragam terhadap pembangunan sosial ekonomi masyarakat (Abdullah, 2018; Pitchay et al., 2018). Instrumen wakaf juga memiliki kelebihan yakni dapat memanfaatkan potensi pemberian donasi tanpa pamrih dengan cara yang efektif dalam upaya memberikan dampak ekonomi yang lebih baik di segmen sosial masyarakat yang telah ditargetkan (Shaikh, Ismail, & Mohd Shafiai, 2017). Dengan kata lain, instrumen wakaf merupakan instrumen yang "murah" dalam konteks pembangunan ekonomi. Keberagaman

pemanfaatan wakaf dalam sejarah tersebut membuat wakaf sejatinya memiliki kelebihan yakni mampu menjadi sebuah instrumen dalam pemenuhan kebutuhan negara.

Urun Dana *(Crowdfunding)*

Perkembangan internet telah membawa manusia menuju peradaban yang lebih mudah untuk mengakses segala hal, termasuk dalam mendapatkan sumber pendanaan. Dalam beberapa tahun ke belakang, *crowdfunding* telah menjadi alternatif sumber pendanaan bagi para pengusaha untuk mendapatkan modal usaha (Bi, Liu, & Usman, 2017). Pada awalnya, terminologi yang lebih sering digunakan adalah *crowdsourcing* yang diartikan sebagai proses *outsourcing* tugas kepada sejumlah besar individu atau kerumunan orang (dalam hal ini komunitas yang terhubung dalam internet) dengan memanfaatkan asset, sumber daya, pengetahuan, maupun keahlian mereka (Hemer, 2011). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Schwienbacher & Larralde (2010), *crowdfunding* dimaknai sebagai sebuah ajakan terbuka melalui internet yang bertujuan untuk penyediaan sumber daya keuangan, baik dengan motif donasi ataupun motif imbalan dan/atau hak suara dengan tujuan mendukung inisiatif yang dilakukan untuk tujuan tertentu. Sedangkan menurut Pietro, Spagnoletti, & Prencipe (2020), *crowdfunding* adalah upaya yang dilakukan untuk mengumpulkan sejumlah kecil uang dari banyak individu, alih-alih mengumpulkan uang dari sekelompok kecil investor.

Pengaruh Kualitas Penggalangan Dana terhadap Performa *Crowdfunding*

Salah satu faktor eksternal yang penting dalam praktek *crowdfunding* ialah pemberian informasi. Hal ini dikarenakan informasi yang diberikan dapat memberi impresi bagaimana kondisi pihak yang membutuhkan dana serta bagaimana dana yang terkumpul akan digunakan. Penyajian deskripsi yang informatif dan detail dapat menimbulkan ketertarikan seseorang untuk melihat deskripsi dari penggalangan dana. Ketertarikan tersebut nantinya akan mendorong seseorang untuk berpartisipasi dalam penggalangan dana tersebut, baik sebagai pemberi dana ataupun menyebarkan informasi terkait penggalangan dana tersebut. Pada akhirnya, informasi yang diberikan kepada masyarakat luas dapat menentukan kesuksesan penggalangan dana. Selain untuk menarik perhatian calon donatur, deskripsi yang baik juga berguna untuk mengurangi masalah asimetris informasi yang mungkin muncul dalam proyek yang dijalankan (Belleflamme, Omrani, & Peitz, 2015).

Pengaruh Kredibilitas Penggalang Dana terhadap Performa *Crowdfunding*

Kredibilitas dari penggalang dana adalah salah satu hal yang kerap menjadi pertimbangan bagi seseorang untuk melakukan donasi. Dalam penelitian yang ditulis oleh Zhou et al., (2015), Chaiken (1980) mendefinisikan kredibilitas penggalang dana sebagai persepsi penerima pesan terkait kredibilitas dan otoritas sumber informasi yang tidak mencerminkan apapun tentang informasi yang diberikan. Dalam penelitian ini, penulis mendefinisikan kredibilitas penggalang dana sebagai hal yang menunjukkan keterpercayaan masyarakat terhadap pemilik penggalangan dana. Adapun variabel yang dapat menggambarkan kredibilitas penggalang dana antara lain: jumlah update, jumlah fundraiser, jumlah penggalangan dana yang didukung, ketersediaan profil penggalang dana, dan status dari penggalang dana (organisasi atau individu).

C. METODE PENELITIAN

Mendapatkan data melalui tujuan tertentu dengan menggunakan cara ilmiah atau prosedur merupakan arti dari metode penelitian. Resseffendi (2010) berpendapat penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggunakan observasi, wawancara atau angket mengenai keadaan sekarang ini, mengenai subjek yang sedang diteliti. Melalui observasi peneliti dapat mengumpulkan data dalam mendapatkan jawaban dari suatu pertanyaan melalui uji hipotesis. Penelitian deskriptif dapat dijadikan sebagai media pemaparan kejadian sekarang yang sebenarnya melalui penelitian yang sedang diteliti.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan teknik regresi sebagai metode analisis data. Metode estimasi fungsi regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Ordinary Least Square* Penggunaan metode ini dipilih karena penulis hendak mengkaji hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Adapun variabel dependen berupa penerimaan dana wakaf dan variabel independen berupa kualitas penggalangan dana yang diproksikan dengan variabel jumlah kata dalam deskripsi, jumlah gambar dalam deskripsi, dan jumlah video dalam deskripsi serta kredibilitas penggalang dana yang diproksikan dengan variabel jumlah *update*, jumlah *fundraiser*, jumlah penggalangan dana yang didukung, ketersediaan informasi profil penggalang dana, dan status penggalang dana. Penulis juga menggunakan analisis deskriptif dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran umum data yang diambil untuk penelitian ini.

Jenis Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data *cross section* dan bersifat sekunder. Penggunaan data *cross section* dikarenakan pengambilan data dalam penggalangan dana *crowdfunding* wakaf diambil pada satu titik waktu yang sama akan tetapi

dengan mengamati banyak objek. Data yang diambil berasal dari penggalangan dana wakaf yang terdapat di situs Kitabisa.com, sebuah *platform crowdfunding* berbasis donasi di Indonesia. Selain karena jumlah penggalangan dana yang terbanyak diantara *platform* lainnya di Indonesia, pemilihan *platform* Kitabisa.com juga dikarenakan *platform* tersebut berbasis pada penghimpunan dana untuk sosial, yang sejalan dengan semangat dana sosial Islam, secara spesifik wakaf.

Metode Pengumpulan Data

Data yang diambil berdasarkan waktu dimulainya penulis mengambil data di situs Kitabisa.com yakni per tanggal 8 April 2021. Jumlah populasi penggalangan dana yang tercantum di situs Kitabisa.com pada tanggal tersebut adalah lebih dari 690 penggalangan dana wakaf. Penulis menggunakan metode *random sampling method*, sebuah metode pengambilan sampel yang dilakukan pada sumber data tanpa memperhatikan strata yang terdapat pada sumber data yang digunakan (Sugiyono, 2018).

Jumlah populasi penggalangan dana dengan kata kunci pencarian "wakaf" mencapai 690 penggalangan dana. Adapun sampel yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 penggalangan dana yang telah memenuhi kriteria. Penelitian ini menggunakan data *cross section* dimana pengambilan sampel dilakukan dalam waktu yang sama dengan mengambil komponen-komponen yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Penggalangan dana yang muncul pada fitur pencarian hanyalah penggalangan dana yang akunnya telah terverifikasi dan telah mendapatkan donasi (Kitabisa.com, n.d.-b). Penelitian ini dimulai terhitung sejak April 2021 sampai Mei 2021. Sampel penggalangan dana wakaf yang diambil pada penelitian ini adalah penggalangan dana yang masih tercantum dari hasil pencarian kata kunci "wakaf" per tanggal diambilnya data.

Metode Analisis Data

Penelitian Ini menggunakan metode OLS (Ordinary Least Square) yang dimana metode ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Model regresi ini dibangun atas asumsi BLUE (best linear unbiased estimator). Agar bisa mencapai kondisi yang BLUE pada regresi OLS, maka diperlukan adanya pengujian terhadap model regresi untuk mengetahui apakah model yang digunakan memenuhi persyaratan asumsi klasik. Uji kelayakan model untuk melihat apakah model memenuhi kondisi BLUE disebut dengan Uji Asumsi Klasik. Dalam penelitian ini menggunakan tiga pengujian asumsi klasik yang dilakukan terhadap model, yaitu:

1. Uji Normalitas
2. Uji Multikolinearitas
3. Uji Heteroskedastisitas

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar 4.1
Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.708	2.673		5.876	.000
	Jumlah Kata	.000	.001	.009	.094	.925
	Jumlah Gambar	.175	.095	.172	1.832	.070
	Jumlah Video	.641	.360	.156	1.783	.078
	Jumlah Update	.060	.018	.345	3.310	.001
	Jumlah Fundraiser	.061	.054	.097	1.139	.258
	Penggalangan Didukung	.007	.003	.257	2.707	.008
	Jumlah Hari	.002	.001	.187	1.770	.080
	Profil Penggalang Dana	-1.159	1.308	-.076	-.886	.378
	Status Penggalang Dana	.277	2.289	.011	.121	.904

a. Dependent Variable: Dana Terkumpul

Berdasarkan hasil pengujian pada gambar 4.1 di atas, terdapat lima variabel yang memiliki nilai signifikan kurang dari 0,10 yaitu Variabel Jumlah Gambar (X_2), Variabel Jumlah Video (X_3), Variabel Jumlah *Update* (X_4), Variabel Jumlah Penggalangan Dana Didukung (X_6), dan Variabel Jumlah Hari (X_7) sehingga dapat dikatakan bahwa ke-lima variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Jumlah Dana Terkumpul (Y). Sementara variabel lainnya yaitu Variabel Jumlah Kata (X_1), Jumlah *Fundraiser* (X_5), Profil Penggalang Dana (D_1) dan Status Penggalang Dana (D_2) memiliki nilai signifikan yang lebih tinggi dari 0,10, artinya variabel-variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Dana Terkumpul (Y).

Gambar 4.2
Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	250.313	9	27.813	5.836	.000[b]
	Residual	428.898	90	4.766		
	Total	679.211	99			

a. Dependent Variable: Dana Terkumpul

b. Predictors: (Constant), Status Penggalang Dana, Jumlah Update, Jumlah Kata, Profil Penggalang Dana, Jumlah Fundraiser, Jumlah Video, Jumlah Gambar, Penggalangan Didukung, Jumlah Hari

Mengacu pada pengujian di atas, didapat nilai F hitung sebesar 5,836 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Melihat nilai signifikannya < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Jumlah Dana Terkumpul.

Gambar 4.3
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607[a]	.369	.305	2.18301

a. Predictors: (Constant), Status Penggalang Dana, Jumlah Update, Jumlah Kata, Profil Penggalang Dana, Jumlah Fundraiser, Jumlah Video, Jumlah Gambar, Penggalangan Didukung, Jumlah Hari

b. Dependent Variable: Dana Terkumpul

Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan pada gambar 4.3 di atas, dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* adalah 0,369. Nilai tersebut menjelaskan 36,9% variasi variabel Jumlah Dana Terkumpul. Sedangkan 63.21% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian, dimana pada penelitian ini berfokus pada sisi penggalang dana sehingga perlu penambahan variabel yang memperlihatkan perspektif para donatur, seperti variabel kemudahan penggunaan *platform crowdfunding*, variabel pendidikan, variabel transparansi yang diterima donatur, dan variabel yang lainnya.

Pembahasan

Mengacu pada hasil pengujian dan analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa variabel yang berpengaruh pada banyaknya jumlah dana yang terkumpul adalah jumlah gambar, jumlah video, variabel jumlah *update*, variabel jumlah penggalangan dana didukung, dan jumlah hari. Hal ini membuktikan bahwa pentingnya informasi dalam suatu penggalangan dana merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi jumlah dan banyaknya dana yang terkumpul. Informasi yang diberikan dapat memberi impresi bagaimana kondisi pihak yang membutuhkan dana serta bagaimana dana tersebut digunakan. Pentingnya *update* informasi atau pembaharuan informasi penggalangan dana membuktikan bahwa penggalang dana memiliki kapabilitas dan komitmen atas penggalangan dana yang dijalankan (Bao & Huang, 2017; Xu et al., 2014; Kuppuswamy & Bayus, 2013).

Pengaruh Jumlah Kata (X_1) Terhadap Jumlah Penerimaan Wakaf (Y)

Variabel jumlah kata pada hasil pengujian ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan wakaf. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya dari Moy (2016) dan Bi et al., (2017) yang menunjukkan bahwa jumlah kata memiliki hubungan yang signifikan dalam jumlah penerimaan donasi dan jumlah donatur. Fenomena tidak signifikannya jumlah kata dapat dikarenakan dalam penelitian ini penulis tidak melihat secara kontekstual isi dari deskripsi penggalangan dana melainkan hanya melihat berdasar jumlah kata. Selain itu, penulis berasumsi bahwa terdapat beberapa faktor informasi dalam deskripsi yang bisa diteliti lebih lanjut yang dapat mempengaruhi penerimaan wakaf di *platform* Kitabisa.com. Faktor informasi yang dapat digali lebih lanjut seperti indeks keterbacaan dalam deskripsi, objektivitas deskripsi, ataupun informasi yang lebih mendalam terkait penggalang dana seperti nomor telefon yang dapat dihubungi dan email (Zhou et al., 2015 dan Thanh Tu et al., 2018).

Pengaruh Jumlah Gambar (X_2) Terhadap Jumlah Penerimaan Wakaf (Y)

Variabel berikutnya adalah gambar, dalam penelitian ini menunjukkan jumlah gambar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan dana dalam penggalangan dana wakaf di Kitabisa.com. Adanya signifikansi gambar dan tidak signifikannya jumlah kata dalam penelitian ini sejalan dengan pernyataan Unnava & Burnkrant (1991) dalam penelitian Thanh Tu et al. (2018) yang menyebut bahwa informasi yang diberikan melalui gambar lebih cepat diterima oleh pikiran manusia dan memiliki persentase yang lebih besar dalam pengulangan (*recall*) daripada dokumen pada umumnya. Dalam situsnya, Kitabisa.com juga menyebut dalam FAQ (*frequently asked question*) bahwa salah satu contoh deskripsi penggalangan dana yang baik adalah dengan memberikan foto yang menarik..

Pengaruh Jumlah Video (X_3) Terhadap Jumlah Penerimaan Wakaf (Y)

Dalam pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel jumlah video memiliki pengaruh signifikan dalam penerimaan wakaf melalui Kitabisa.com. Hal ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang memasukkan video sebagai indikator performa penggalangan dana. Dalam penelitiannya, Bi et al. (2017) menyebut bahwa dengan menggunakan gambar dan video dalam penggalangan dana, maka rata-rata persentase kemungkinan sebuah penggalangan dana sukses sebesar 43,67% dibandingkan yang tidak menggunakan gambar dan video (32,91%). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Koch & Siering (2015) dimana video memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan penggalangan dana.

Pengaruh Jumlah Pembaharuan Informasi *(update)* (X_4) Terhadap Jumlah Penerimaan Wakaf (Y)

Mollick (2014), pembaharuan informasi atau *update* merepresentasikan upaya dari penggalang dana untuk menjangkau donatur saat ini dan potensial serta untuk memberi informasi kepada donatur saat ini yang tertarik dengan perkembangan proyek yang didanai. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Belleflamme, Omrani, & Peitz (2015) yang mengungkapkan bahwa untuk menarik perhatian calon donatur, diperlukan deskripsi serta informasi yang baik agar tidak terjadi *misperception* terkait dana yang dikumpulkan. Kendati demikian, informasi yang diberikan tidak boleh berlebihan dan terkesan melebih-lebihkan, hal ini dapat mempengaruhi persepsi dan penilaian calon donatur. Courtney, Dutta, & Li (2016) menjelaskan, informasi yang berlebih justru dapat menyulitkan seseorang memproses informasi yang tersedia untuk membentuk penilaian yang memadai. Hasil yang signifikan pada variabel jumlah *update* sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa jumlah *update* berpengaruh positif dan signifikan terhadap performa penggalangan dana (Bao & Huang, 2017; Courtney et al., 2016; dan Mollick, 2014).

Hasil yang menunjukkan bahwa *update* berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan pada penggalangan dana wakaf di Kitabisa.com bisa jadi dikarenakan *awareness* masyarakat terhadap bagaimana penggalang dana dapat mempertanggungjawabkan dana wakaf yang diterima, mengingat wakaf merupakan amalan yang pahalanya akan kekal selama harta benda yang diwakafkan menghasilkan manfaat bagi orang lain. Maka dari itu, orang yang hendak berwakaf akan melihat apakah dana wakaf yang diberikan digunakan sebagaimana peruntukannya atau tidak. Hal tersebut dapat dilihat dari *update* yang diberikan oleh penggalang dana.

Dalam situs Kitabisa.com, penggalang dana dapat melakukan *update* secara manual yakni menuliskan sendiri berita terbaru apa yang hendak dibagikan baik berupa informasi deskriptif, foto, maupun video serta *update* secara otomatis yakni setiap penarikan dana, maka akan tercantum di kolom *update* berapa nominal dana yang ditarik beserta pesan peruntukannya. Dalam situsnya, Kitabisa.com mewajibkan penggalang dana untuk memberikan laporan perkembangan penggalangan dana secara transparan melalui fitur *update* agar dapat diketahui oleh publik dan donatur. Fitur *update* yang ada di Kitabisa.com tidak hanya menampilkan perkembangan penggalangan dana di halaman penggalangan dana, namun juga dikirim ke alamat email setiap orang yang turut berpartisipasi berdonasi (Kitabisa.com, n.d.-b).

Pengaruh Jumlah *Fundraiser* (X_5) Terhadap Jumlah Penerimaan Wakaf (Y)

Variabel *fundraiser* digunakan sebagai variabel independen, dalam pengujian ini jumlah *fundraiser* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah penerimaan wakaf pada *platform* Kitabisa.com. Peran *fundraiser* dalam penggalangan Kitabisa.com adalah sebagai pihak yang menyatakan dukungan terhadap suatu penggalangan dana yang dibuat oleh penggalang dana lain dalam bentuk pembuatan halaman penggalangan dana baru yang terhubung dengan penggalangan dana induk. Penggalangan dana induk merupakan penggalangan dana utama yang dijalankan oleh penggalang dana. Keseluruhan dana yang diterima oleh *fundraiser* akan diberikan ke penggalangan dana induk.

Pengaruh Jumlah Penggalangan Dana yang Didukung (X_6) Terhadap Jumlah Penerimaan Wakaf (Y)

Variabel berikutnya yang digunakan dalam uji regresi ini adalah variabel jumlah penggalangan dana yang didukung. Penggalangan dana yang didukung berpengaruh signifikan terhadap banyaknya dana terkumpul. Hal tersebut membuktikan bahwa calon donatur juga mempertimbangan adanya sikap saling tolong menolong antara penggalang dana. Mengutip pendapat Koch & Siering (2015), apabila seorang penggalang dana terlibat dalam membantu penggalangan dana lain, maka bantuan tersebut dapat dipandang sebagai bentuk integrasi sosial. Hal ini menjadi salah satu daya tarik bagi calon donatur karena mereka menilai bahwa penggalang dana juga memiliki jiwa sosial dan saling membantu yang membuat mereka percaya dan bersedia untuk memberikan bantuan dana terhadap penggalang dana tersebut.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Koch & Siering (2015) dimana jumlah penggalangan dana yang didukung memiliki pengaruh yang positif terhadap kesuksesan pembiayaan pada proyek *crowdfunding*. Penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat *aware* terhadap berapa jumlah penggalangan dana yang didukung oleh penggalang dana.

Pengaruh Jumlah Hari (Durasi) (X_7) Terhadap Jumlah Penerimaan Wakaf (Y)

Variabel kontrol berupa jumlah hari sejak dimulainya penggalangan dana sampai data diambil digunakan di semua model. Hasil uji regresi menunjukkan jumlah hari signifikan berpengaruh terhadap penerimaan pada penggalangan dana wakaf. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian oleh Bi et al. (2017) yang menunjukkan variabel kontrol berupa durasi (jumlah hari) tidak signifikan terhadap jumlah donator. Penulis menduga hasil yang signifikan tersebut didasari karena penggalangan dana wakaf bukanlah sesuatu yang darurat -dalam artian membutuhkan dana yang cepat dalam waktu yang singkat- jika dibandingkan dengan penggalangan dana lain seperti bencana alam ataupun bantuan medis & kesehatan yang sifatnya darurat, sehingga faktor durasi yang digunakan dalam penggalangan dana pada *platform crowdfunding* akan sejalan dengan jumlah penerimaan dana yang terkumpul. Semakin lama durasi penggalangan dana di tampilkan, semakin berpeluang juga dana terkumpul lebih banyak.

Pengaruh Profil Penggalang Dana (D_1) Terhadap Jumlah Penerimaan Wakaf (Y)

Variabel *dummy* profil diujikan dengan melihat apakah penggalang dana mencantumkan informasi dalam halaman profil penggalang dana dimana apabila penggalang dana menuliskan sesuatu pada halaman profil penggalang dana maka akan disimbolkan dengan angka 1, sedangkan apabila penggalang dana tidak menuliskan sesuatu pada halaman profil penggalang dana maka disimbolkan dengan angka 0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan yang negatif antara ketersediaan informasi pada halaman profil penggalang dana dengan penerimaan penggalangan dana wakaf di Kitabisa.com. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cumming et al. (2015) yang menunjukkan bahwa dengan mengunggah informasi tentang pemilik proyek, dapat secara langsung mempengaruhi kesuksesan sebuah proyek.

Setelah melakukan penelusuran terhadap sampel yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menemukan terdapat beberapa penggalang dana yang hanya menuliskan *quote* maupun pengharapan (doa) pada halaman profil penggalang dana. Walaupun Kitabisa.com telah menganjurkan untuk mencantumkan identitas pada laman profil penggalang dana, namun tidak semua penggalang dana mengikuti anjuran tersebut. Penulis menduga bahwa, adanya informasi yang tidak menggambarkan identitas penggalang dana ataupun informasi yang dapat meyakinkan pembaca pada halaman profil penggalang dana, dapat mempengaruhi orang untuk akhirnya memutuskan untuk tidak berwakaf pada penggalangan dana yang diinisiasi oleh penggalang dana tersebut. Pada akhirnya, penerimaan pada penggalangan dana wakaf justru berkurang ketika informasi penggalang dana yang diberikan tidak dapat meyakinkan pembacanya untuk berwakaf melalui penggalang dana tersebut.

Pengaruh Status Penggalang Dana (D_2) Terhadap Jumlah Penerimaan Wakaf (Y)

Variabel independen terakhir yang digunakan dalam penelitian adalah variabel *dummy* status dari penggalang dana. Dalam penelitian ini, penggalang dana dengan status individu disimbolkan dengan angka 0, sedangkan untuk penggalang dana dengan status organisasi atau lembaga disimbolkan dengan angka 1. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggalang dana dengan status organisasi akan cenderung mendapat dana wakaf dari penggalangan dana wakaf yang diinisiasinya. Penulis menduga bahwa orang akan cenderung merasa aman apabila berwakaf kepada penggalang dana yang memiliki *legal standing* yang jelas, sehingga penerimaan wakaf pada penggalangan dana yang diinisiasi oleh organisasi akan lebih besar daripada penggalangan dana wakaf yang diinisiasi oleh individu.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari kualitas penggalangan dana dan kredibilitas penggalang dana dalam penerimaan wakaf melalui *platform crowdfunding* dengan studi kasus Kitabisa.com. Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1 Kualitas Penggalangan Dana
   Terdapat tiga variabel yang penulis gunakan untuk memproksikan kualitas penggalangan dana, yakni: jumlah kata, jumlah gambar, dan jumlah video. Dari Ketiga variabel, terdapat dua variabel yang secara signifikan dan positif mempengaruhi penerimaan pada penggalangan dana wakaf melalui situs Kitabisa.com, yakni jumlah gambar dan jumlah video. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggalangan dana yang memiliki gambar dan video yang semakin banyak dalam mendeskripsikan penggalangan dana yang dilakukan dapat membantu penggalang dana meningkatkan penerimaan di penggalangan dana wakaf mereka di Kitabisa.com.
2 Kredibilitas Penggalang Dana

Dalam penelitian ini, kredibilitas penggalang dana diproksikan dengan variabel jumlah *update*, jumlah *fundraiser*, jumlah penggalangan dana yang didukung, *dummy* profil penggalang dana, dan *dummy* status penggalang dana. Dari ke-lima variabel yang digunakan, variabel jumlah *update* dan jumlah penggalangan dana yang didukung secara signifikan dan positif mempengaruhi penerimaan pada penggalangan dana wakaf di situs Kitabisa.com. Sementara itu, pada variabel jumlah *fundraiser*, *dummy* profil penggalang dana, dan *dummy* status penggalang dana tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan pada penggalangan

3. Durasi Penggalangan Dana
   Dalam penelitian ini menggunakan jumlah hari (durasi) sebagai variabel kontrol. Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan, jumlah hari (durasi) secara signifikan mempengaruhi penerimaan pada penggalangan dana wakaf di situs Kitabisa.com.

Saran

Berikut adalah saran atau implikasi manajerial dalam penelitian ini bagi penggalang dana wakaf dan donatur dalam penggalangan dana wakaf:

1. Penggalang Dana Wakaf
   Platform crowdfunding merupakan sarana yang efektif dalam rangka mendapatkan dana untuk proyek sosial. Penelitian ini dapat menjadi salah satu rujukan bagi para pihak yang ingin menghimpun dana sosial Islam berupa wakaf melalui *platform crowdfunding* seperti yang ada di Kitabisa.com. Dengan adanya hasil penelitian ini, maka penulis menyarankan penggalang dana wakaf atau pihak-pihak yang ingin melakukan *crowdfunding* wakaf untuk memberikan informasi penggalangan dana dengan cara yang simpel namun efektif. Berdasarkan penelitian ini, memberikan banyak gambar adalah salah satu cara untuk meningkatkan penerimaan wakaf. Terlebih, bagi penggalang dana atau pihak yang ingin melakukan *crowdfunding* wakaf secara individu. Maka sangat disarankan untuk menyertakan gambar sebagai media informasi dari penggalangan dana wakaf yang dilakukan. Selain itu, penggalang dana juga disarankan untuk lebih aktif dalam melakukan *update* perkembangan penggalangan dana wakaf yang dijalankan. Hal ini dapat menunjukkan transparansi penggalang dana di mata calon donatur potensial. Terakhir, penulis menyarankan bagi individu yang hendak melakukan *crowdfunding* wakaf untuk bekerja sama dengan organisasi atau lembaga untuk melakukan penggalangan dana wakaf yang diinginkan oleh individu tersebut.
2. Donatur dalam penggalangan dana wakaf
   Dengan adanya hasil dari penelitian ini, maka sebaiknya donatur melakukan pertimbangan dengan melihat kredibilitas penggalang dana dan kualitas penggalangan dana sebelum melakukan donasi wakaf. Terlebih, wakaf adalah amalan yang pahalanya dapat dibawa sampai meninggal. Maka memahami kualitas dari penggalangan dana dan terlebih kredibilitas penggalang dananya menjadi sangat penting, agar wakaf yang disalurkan dapat terlaksana dengan baik dan terjaga manfaatnya selama mungkin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama kami mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT. Serta berbagai pihak yang telah membantu sehingga panduan ini dapat terselesaikan.Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada Asosiasi Dosen Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya dan Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya yang memungkinkan jurnal ini bisa diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. (2018). Waqf, Sustainable Development Goals (SDGs) and maqasid al-shariah. *International Journal of Social Economics*, 45(1), 158–172. https://doi.org/10.1108/IJSE-10-2016-0295

Agrawal, A. K., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2013). *Some Simple Economics of Crowdfunding. NBER Working Paper Series* (Vol. 53). https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Bao, Z., & Huang, T. (2017). External supports in reward-based crowdfunding campaigns. *Online Information Review*, 41(5), 626–642. https://doi.org/10.1108/OIR-10-2016-0292

Bao, Z., & Huang, T. (2017). External supports in reward-based crowdfunding campaigns. *Online Information Review*, 41(5), 626–642. https://doi.org/10.1108/OIR-10-2016-0292

Belleflamme, P., Omrani, N., & Peitz, M. (2015). The economics of crowdfunding platforms. *Information Economics and Policy*, 33(1), 11–28.

Chaiken, S. (1980). Heuristic Versus Systematic Information Processing and the Use of Source Versus Message Cues in Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(5), 752–766.

Courtney, C., Dutta, S., & Li, Y. (2016). Resolving Information Asymmetry : Signaling , Endorsement , and Crowdfunding Success. Entrepreneurship Theory and Practice, 1–26. https://doi.org/10.1111/etap.12267

Cumming, D. J., Leboeuf, G., & Schwienbacher, A. (2015). *Crowdfunding Models: Keep-It-All vs. All-Or-Nothing *.*

Koch, J., & Siering, M. (2015). *Crowdfunding Success Factors : The Characteristics of Successfully Funded Projects on Crowdfunding Platforms*.

Pietro, F. Di, Spagnoletti, P., & Prencipe, A. (2020). *Fundraising Across Digital Divide: Evidences From Charity Crowdfunding* (Vol. 27). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-90500-6

Shaikh, S. A., Ismail, A. G., & Mohd Shafiai, M. H. (2017). Application of waqf for social and development finance. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, *9*(1), 5–14. https://doi.org/10.1108/IJIF-07-2017-002

Shukla, M., & Bose, M. (2017). Impact of Digitalization in Economy and The effects of Demonetization: An Overview. ELK Asia Pacific Journals-978-93- 85537-02-8 MNC.

Sura, S., Ahn, J., & Lee, O. (2017). Factors influencing intention to donate via social network site (SNS): From Asian's perspective. Telematics and Informatics, 34(1), 164–176. https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.007

Thanh Tu, T. T., Anh, D. P., & Ha Thu, T. T. (2018). Exploring Factors Influencing the Success of Crowdfunding Campaigns of Startups in Vietnam. *Accounting and Finance Research*, 7(2), 19. https://doi.org/10.5430/afr.v7n2p19

Zhou, M. J., Wang, A. G., Fan, W. P., Zhang, X., Du, Q., & Qiao, Z. (2015). Money Talks : A Predictive Model on Crowdfunding Success Using Project Description Full Papers. In *Twenty-first Americas Conference on Information Systems* (Vol. 1, pp. 1–8). Puerto Rico.