

FUNDRAISING WAKAF DIGITAL

Emmy Hamidiyah
Wk. Sekretaris BWI
Sekretaris LK BWI



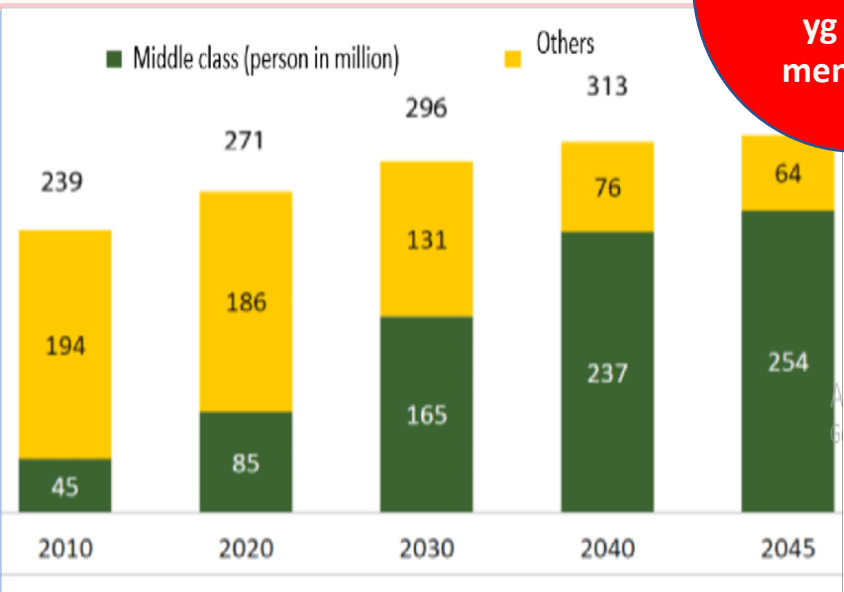
PELUANG & TANTANGAN PHILANTHROPY ISLAM

#1
Sifat orang Indonesia Dermawan

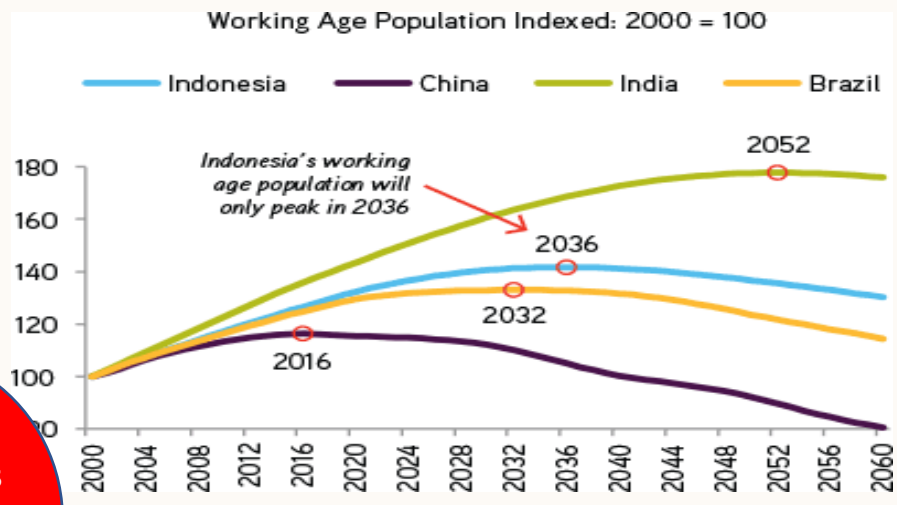
	CAF World Giving Index ranking	CAF World Giving Index score (%)	Helping a stranger (%)	Donating money (%)	Volunteering time (%)
Indonesia	1	59	46	78	53
Australia	2	59	65	71	40
New Zealand	3	58	66	68	40
United States of America	4	58	72	61	39
Ireland	5	56	64	64	40
United Kingdom	6	55	63	68	33
Singapore	7	54	67	58	39
Kenya	8	54	72	46	45
Myanmar	9	54	40	88	21
Bahrain	10	53	74	53	21

“Indonesia sebagai negara paling dermawan didunia (world giving index 2018 - 2022)”

#2
Jumlah kelas menengah yg terus meningkat



“Tahun 2025 diperkirakan ada 100 juta penduduk moeslem kelas menengah, dengan potensi zakat lebih dari Rp. 230 Triliun.”

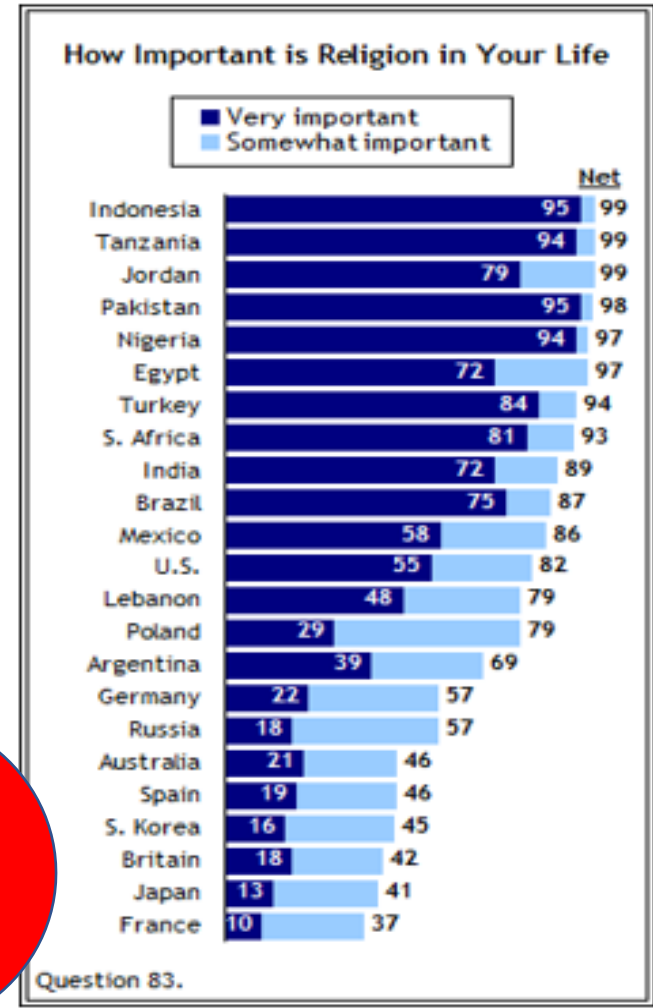


“Tahun 2036 Indonesia sebagai negara dengan Angkatan kerja paling produktif ke-2 dunia”

Indonesian youths say religion key to happiness, bucking global trend
Devina Heriyanto
The Jakarta Post

A survey by the Varkey Foundation found that 93 percent of young Indonesians believed that religious faith was important to happiness, far above the world's average at 45.3 percent. This figure bucks the global trend as another survey by Deloitte found more than half of global youth believed religious leaders brought a negative impact to the world. Varkey's survey last year found Indonesians were the happiest, scoring 90 percent on the net happiness score, with world's average at more 39.35

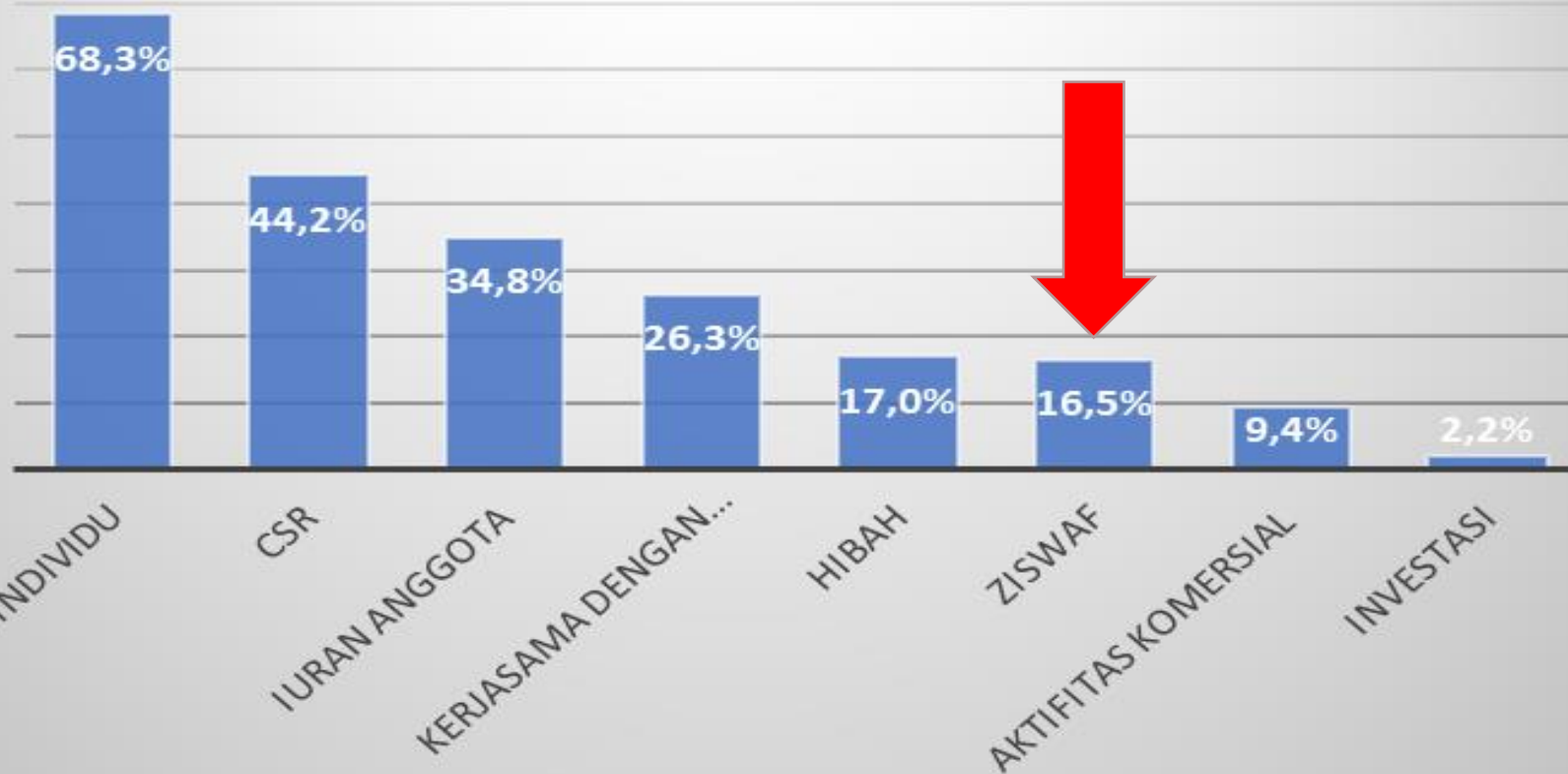
#3
Kesolehan kelompok Millenial



Varkey melakukan survey atas 20,000 anak milenial dunia tentang opini terhadap agama dan kebahagiaan. Opini bahwa agama membawa kebahagiaan tertinggi di Indonesia “

PENGHIMPUNAN DANA FILANTROPI

Dana yang disalurkan kegiatan filantropi selama 2020 – 2022 sebesar
Rp. 39,6 Triliun



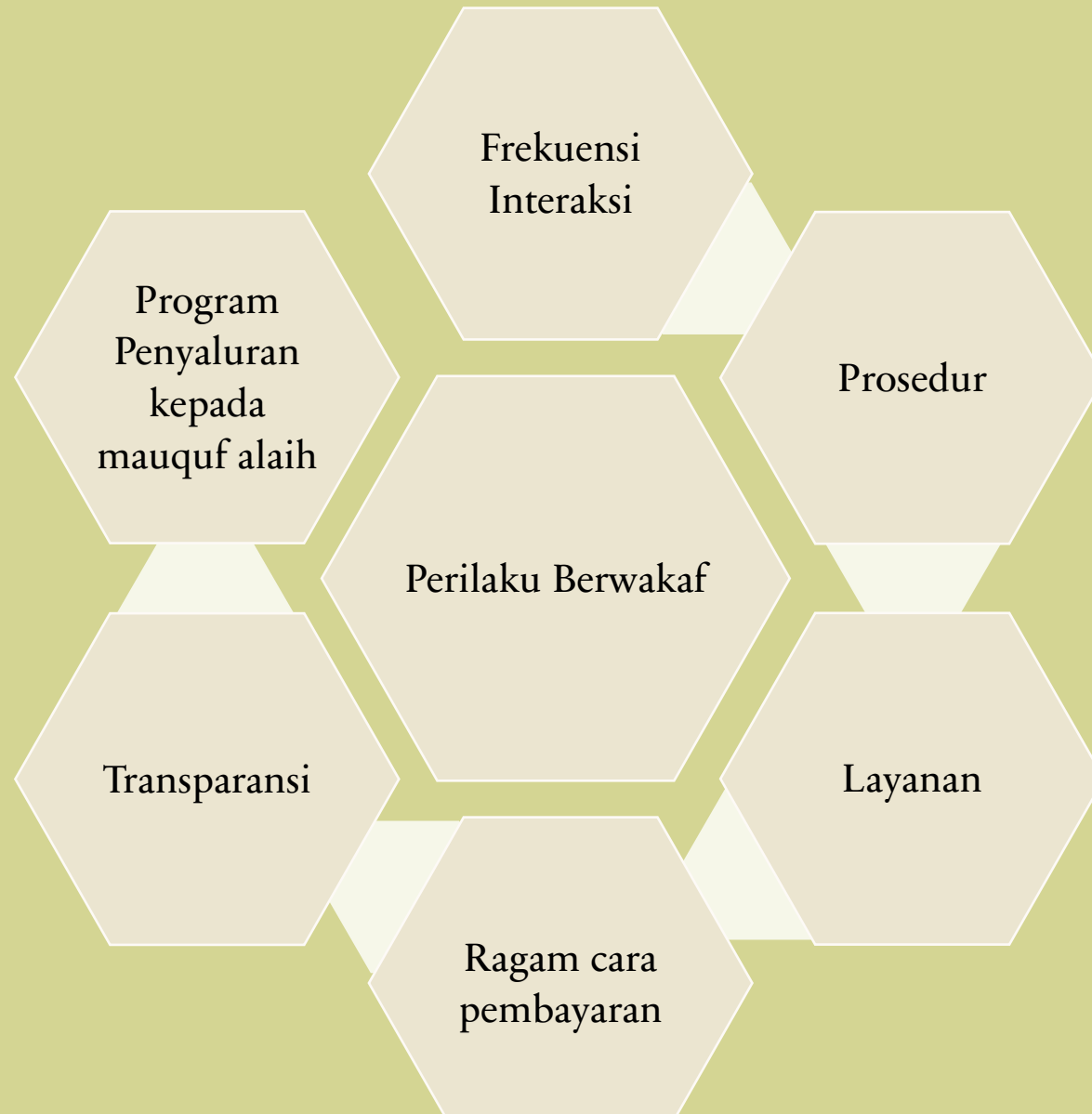
FOKUS FUNDRAISING

1. AKUISISI WAKIF
2. LOYALITAS WAKIF
3. EFISIENSI BIAYA
4. PENINGKATAN CITRA LEMBAGA

Faktor apa yang mempengaruhi niat masyarakat berwakaf uang&melalui uang ? (Theory of Planned Behavior > 200 jurnal)



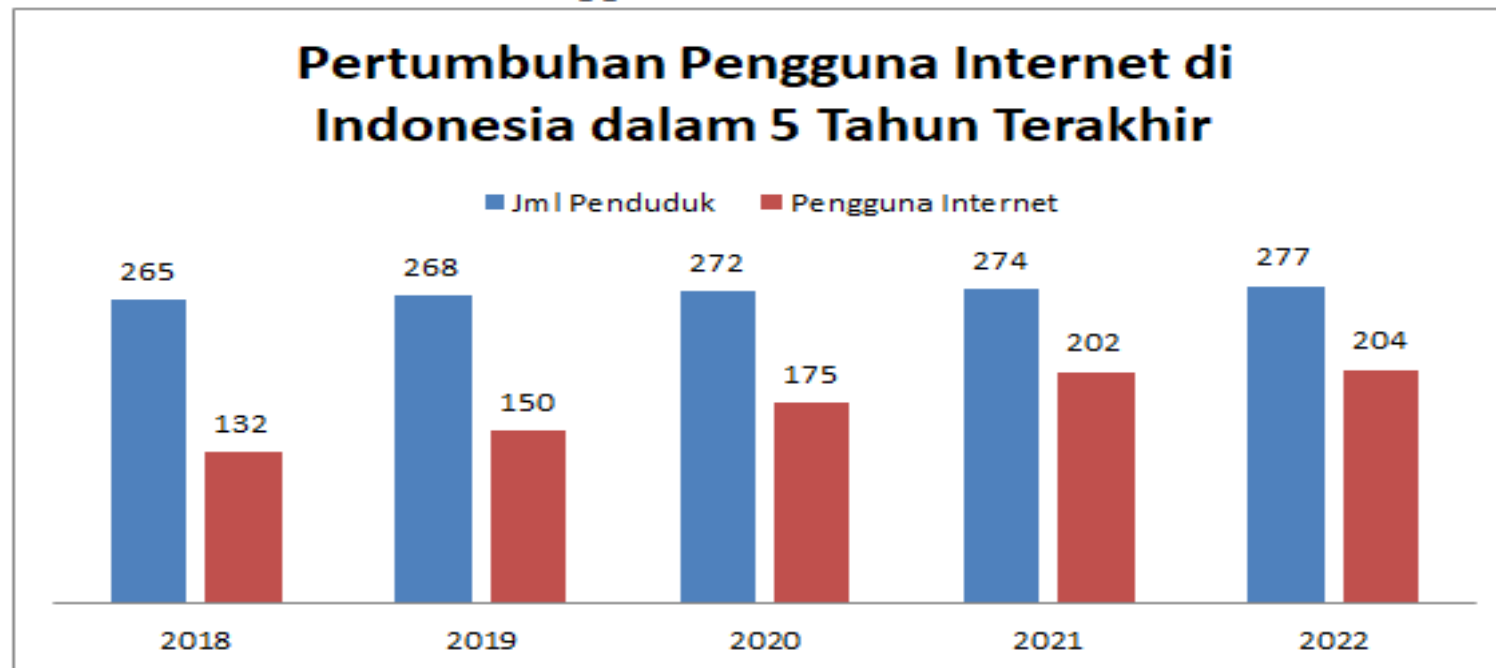
Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat berwakaf uang/melalui uang



MENGAPA DIGITAL FUNDRAISING ?

Data (Tren) Pengguna Internet dan Media sosial Tahun 2022 di Dunia

Berikut Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia dalam 5 Tahun Terakhir:



JAN 2023

ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

NOTE: THESE HEADLINE STATISTICS APPLY TO CURRENT DATA AT THE START OF THE REPORT PERIOD AND MAY DIFFER SLIGHTLY FROM PREVIOUS REPORTS



INDONESIA

TOTAL POPULATION



276.4
MILLION

URBANISATION
58.2%

CELLULAR MOBILE CONNECTIONS



353.8
MILLION

vs. POPULATION
128.0%

INTERNET USERS



212.9
MILLION

vs. POPULATION
77.0%

ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS



167.0
MILLION

vs. POPULATION
60.4%

SOURCE: INTERNATIONAL TELECOMMUNICATIONS UNION (ITU) DATA FOR POPULATION, THE WORLD BANK (WORLD POPULATION PROJECTIONS) AND PARLAWAS REPORTS (COUNTRIES WITH POPULATION CONTROL MEASURES). **ADDITIONALLY**, NOT ALL MOBILE USERS HAVE INTERNET ACCESS. **COMPARABILITY** DATA POINTS MAY VARY TO SOURCE DATA. **INDONESIA GOVERNMENT LINK** REFERENCE TO POPULATION DATA. **FIGURES ARE NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. ALL FIGURES USE THE LATEST AVAILABLE DATA, BUT SOME SOURCE DATA MAY NOT HAVE BEEN UPDATED BY THE MOST RECENT. **SEE NOTES CONTAINS FOR FULL DATA.**

JAN 2023

OVERVIEW OF INTERNET USE

ESSENTIAL INDICATORS OF INTERNET ADOPTION AND USE



INDONESIA

TOTAL INTERNET USERS



212.9
MILLION

INTERNET USERS AS A PERCENTAGE OF TOTAL POPULATION



77.0%
YOY: +4.5% (+332 BPS)

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN THE NUMBER OF INTERNET USERS



+5.2%
+10 MILLION

AVERAGE DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET BY EACH INTERNET USER



7H 42M
-10.6% (-55 MINS)

PERCENTAGE OF USERS ACCESSING THE INTERNET VIA MOBILE PHONES



98.3%
+4.5% (+420 BPS)

SOURCES: SPEED BUREAU FOR DATA INTELLIGENCE, THE WORLD BANK, STATISTA, AND OTHER RESEARCH FIRMS. LOCAL DOWNNAME AUTHORITY'S UNITED NATIONS DATA UNIT AND ACUMM SHARE DATA FROM OWNERS. 2023. SEE [OWID.IO](https://www.owid.io) FOR MORE DETAILS. THIS CHART'S CHANGE FIGURES SHOW RELATIVE YEAR-ON-YEAR CHANGE. "BPS" AS A PERCENTAGE POINTS AND HIGH ABSOLUTE YEAR-ON-YEAR CHANGE. **COMPASSARUM** SOURCE AND DATA CHANGED. ALL FIGURES USE THE LATEST AVAILABLE DATA. NOT SOME SOURCE DATA NOT HAVE BEEN UPDATED IN THE NEW YEAR. RELIABLE FOR THE YEAR 2022 BY 2023. SOURCE: INTERNET USAGE, TRENDS, AND PERFORMANCE DATA.

PROFIL PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA



PROFIL PENGGUNA INTERNET

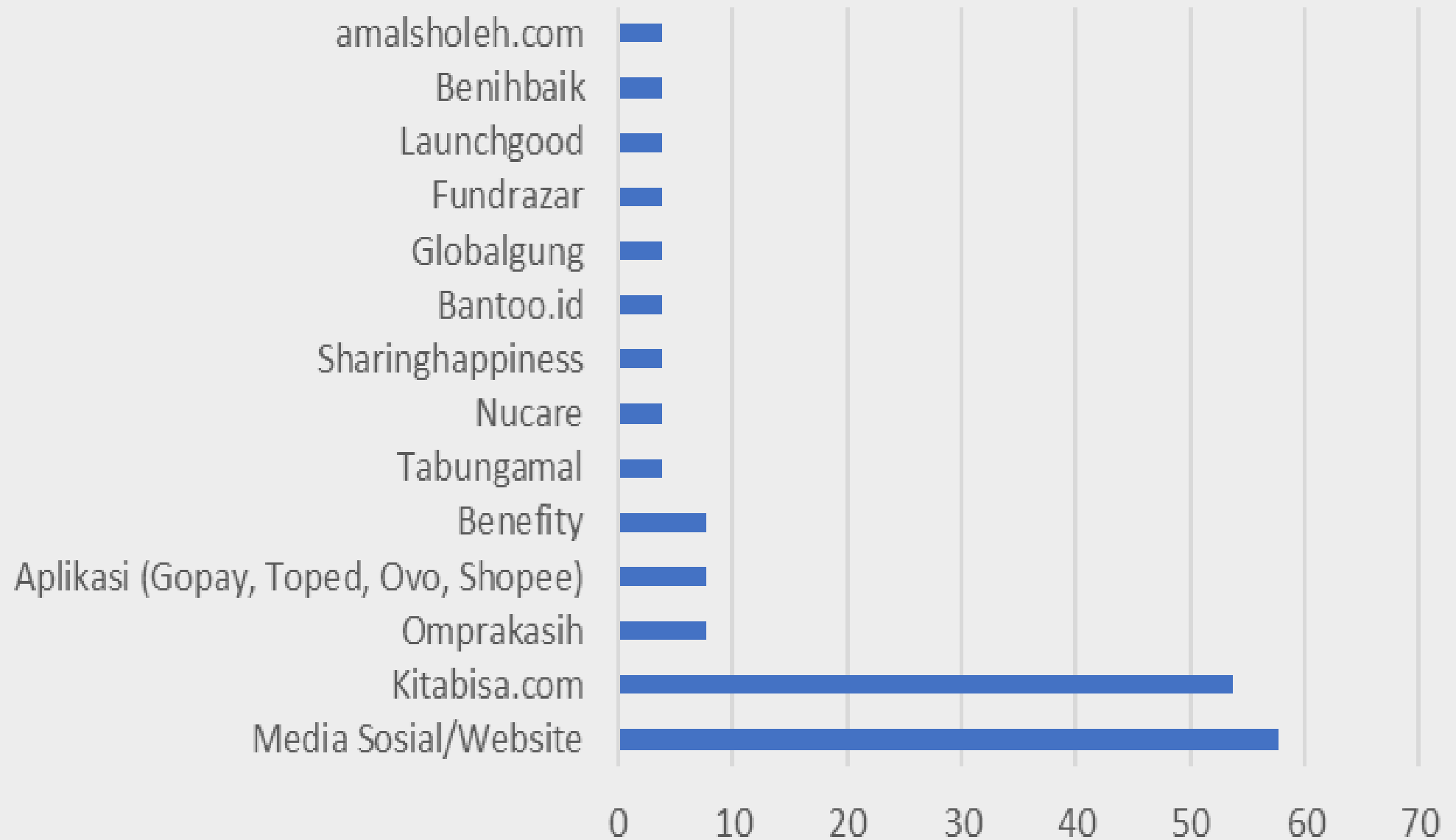
Nama Generasi	Tahun Kelahiran	%
Milenial (Y)	1997-2012	33,75
Z	1981-1996	29,23
X	1965-1980	25,74
Baby boomers	1946-1964	11,27

IDN Research Insitute dalam Deloitte Indonesia (2019), lebih dari 94,4 % Gen Y saat ini telah terkoneksi dengan internet dan akses media yang paling banyak di konsumsi oleh Gen Y adalah televisi (97%) diikuti dengan media digital (54,5%).

Gopay Outlook 2020 :
Donasi melalui digital meningkat 72%.

Peningkatan pada :
Generasi Z : dari 35% menjadi 51%
Generasi Y (milenial) : dari 31% to 40%.

Kanal Digital Crowdfunding



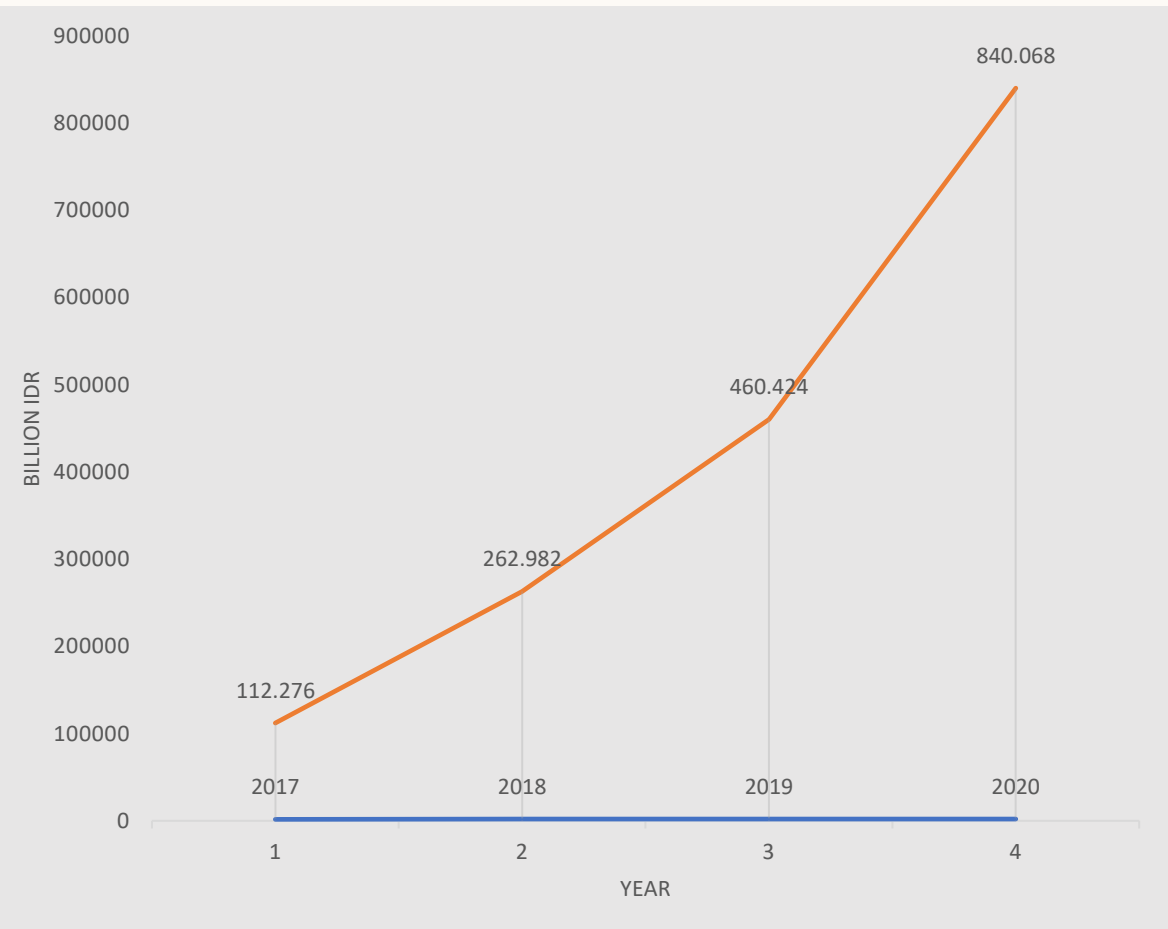
PENERIMAAN DONASI KITABISA.COM

Setiap bulan :

- ✓ **1,5 juta transaksi donasi**
- ✓ **4.000 galang dana (program sosial)**
- ✓ Program dari ratusan yayasan dan lembaga sosial di **34 provinsi**
- ✓ Ratusan pasien yang membutuhkan di **>150 Rumah Sakit** di seluruh Indonesia

Sejak 2013 sd 2022

- ✓ **Jumlah donatur : 6 Juta orang**
- ✓ **Jumlah program : 100.000**
- ✓ **Jumlah Yysn pemilik program : 3.000**
- ✓ **Kerjasama dg CSR & Perusahaan : 250 lembaga**





Top
Donatur

1. Perempuan,
2. usia 20-23 tahun,
3. beragama Islam
4. Uang saku : Rp 500.000 sd Rp 4,500.000/bln
5. Update informasi dari berbagai sumber



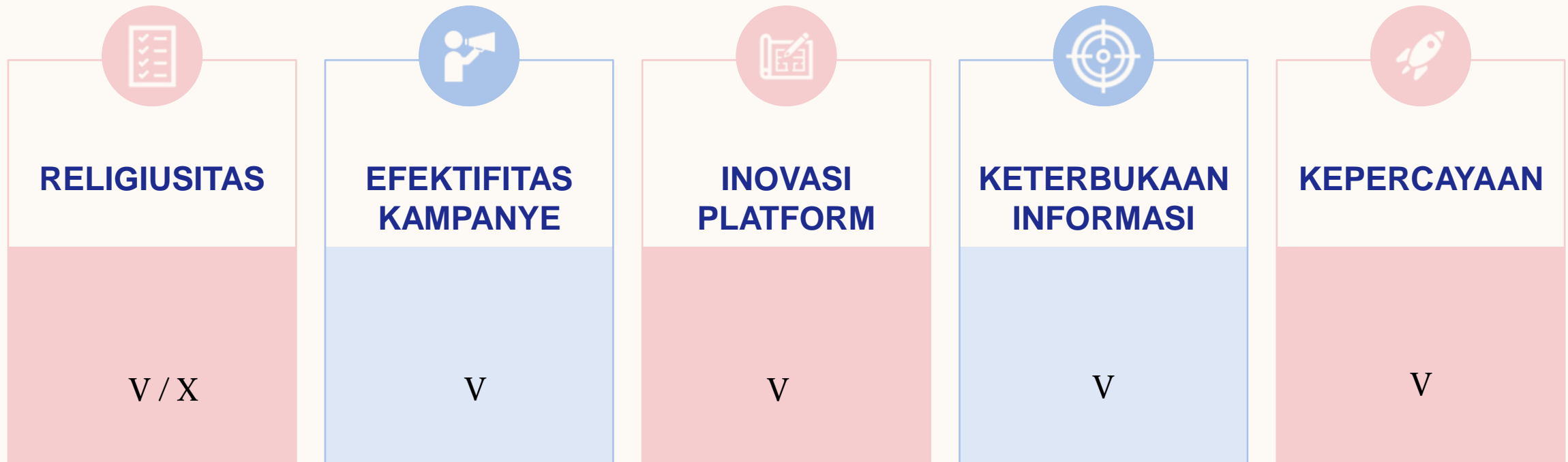
KITABISA.COM



Top
Program

1. Bantuan medis/kesehatan (terutama balita)
2. Bencana alam / kemanusiaan
3. Rumah ibadah

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT BERDONASI ONLINE (KITABISA.COM)



**)Azis, I.A et.al.2019. Factors affecting society channeling donations through online-based crowdfundingplatforms*

**Amalia et.al 2020. Faktor-faktor yang mempengaruhi milenial berdonasi online melalui crowdfunding platform: studi pada kitabisa.com*

**Nafidhah, I. 2020. Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi secara online di kitabisa.com*

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT BERDONASI ONLINE (KITABISA.COM)*)



*)Azis, I.A et.al.2019. *Factors affecting society channeling donations through online-based crowdfundingplatforms*

*Amalia et.al 2020. *Faktor-faktor yang mempengaruhi milenial berdonasi online melalui crowdfunding platform: studi pada kitabisa.com*

*Nafidhah, I. 2020. *Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi secara online di kitabisa.com*

PROFIL WAKAF GEN Y

1. Perempuan, 71%
2. usia 25-34 tahun,
3. beragama Islam
4. Penghasilan < Rp 5.240.00/bln
5. Pegawai swasta

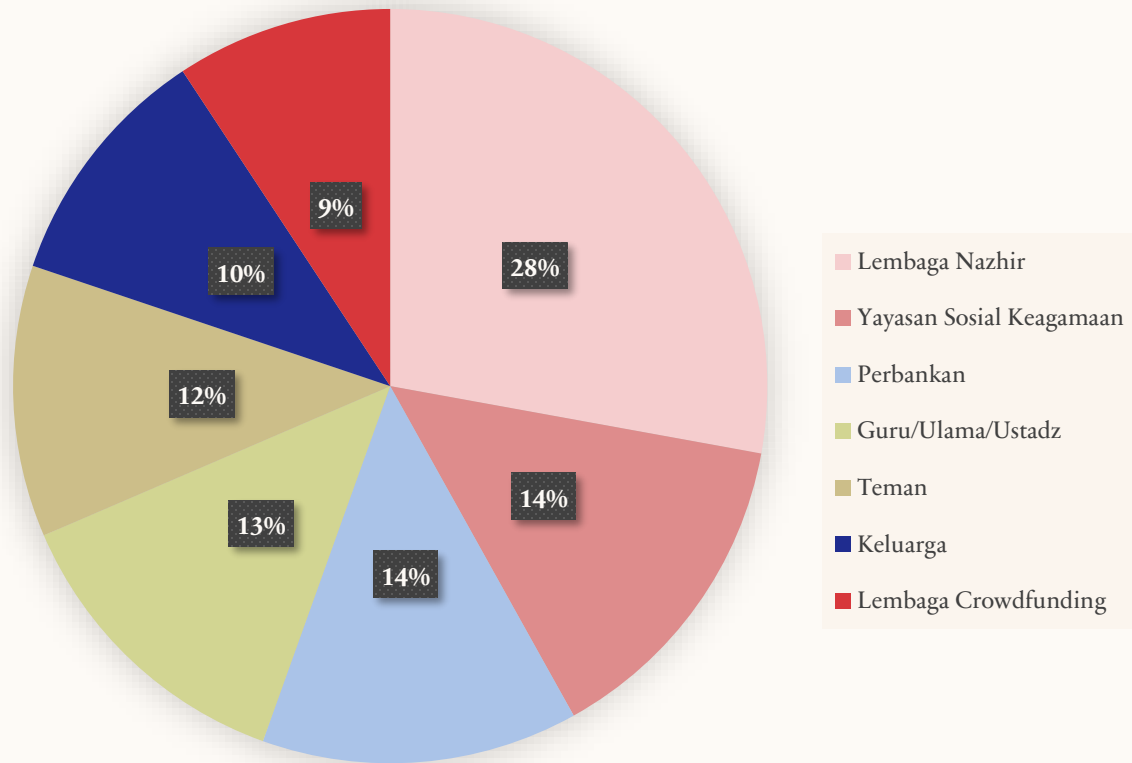
Faktor Yang mempengaruhi Minat Masyarakat Berwakaf Digital (Unified Theory of Acceptance & Use Technology /UTAUT2*)

No	Faktor	
1	Harapan Kinerja	Wakif merasa sistem digital wakaf berguna
2	Harapan Usaha	Wakif merasa sistem digital wakaf mudah digunakan
3	Pengaruh Sosial	Orang-orang penting di lingkungan terdekat mempengaruhi niat untuk berwakaf
4	Kondisi Fasilitas	Wakif percaya bahwa ada kondisi yang dapat memfasilitasi untuk berwakaf
5	Motivasi Hedonis	wakif mendapatkan kenyamanan dalam berwakaf digital
6	Nilai Harga	Biaya transaksi dapat mempengaruhi niat berwakaf
7	Kebiasaan	Kebiasaan bersedekah harian, kebiasaan berdonasi menggunakan digital payment

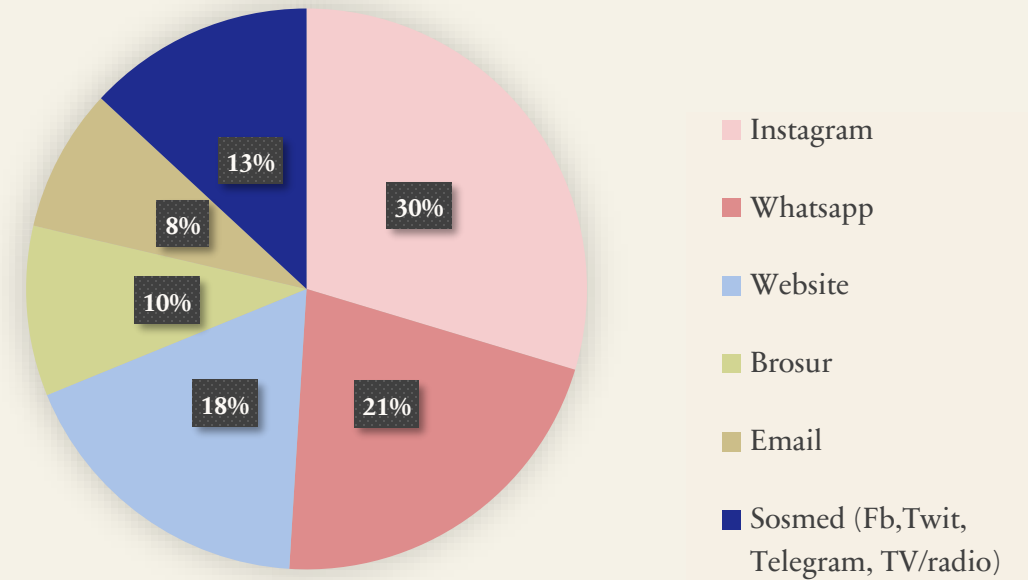
Faktor Yang mempengaruhi Minat Masyarakat Berwakaf Digital

No	Faktor
1	Persepsi Penggunaan
2	Persepsi Kemudahan
3	Kepercayaan pada Lembaga
4	Citra Lembaga
5	Motivasi Spiritual

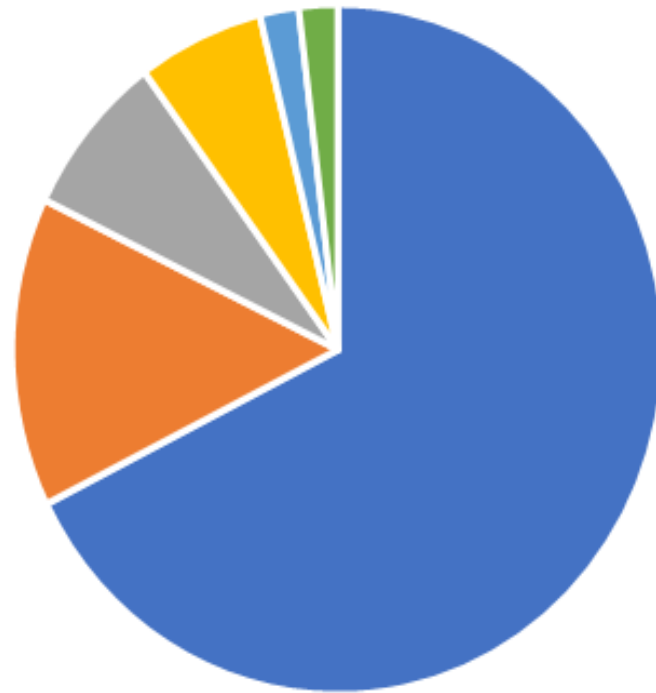
Sumber Informasi Ajakan Berwakaf



Sumber media informasi ajakan wakaf



Metode Pembayaran Wakaf



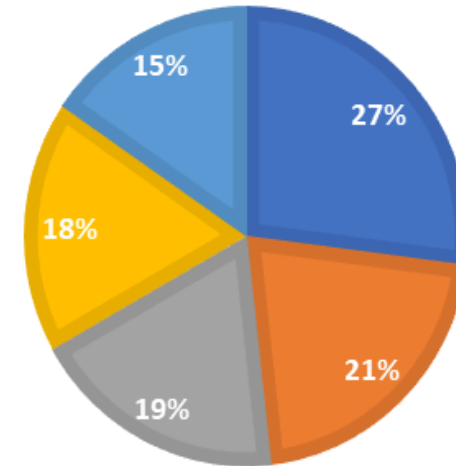
■ mobile banking ■ e-wallet ■ setoran tunai ■ internet banking ■ QRIS ■ autodebet

Program Wakaf Digital Menurut Gen Y

Sangat menarik	52,5%
Menarik	39,4%
Cukup menarik	7,5%
Tidak menarik	0,6%
Sangat tidak menarik	0,0%

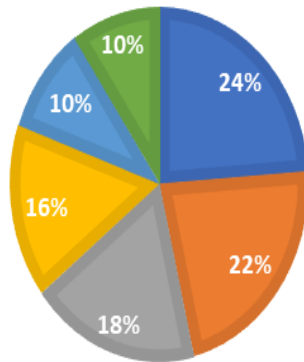
ALASAN KETERTARIKAN BERWAKAF DIGITAL

- kemudahan pembayaran
- sesuai syariah Islam
- nominal terjangkau
- wakaf produktif
- sosialisasi menarik



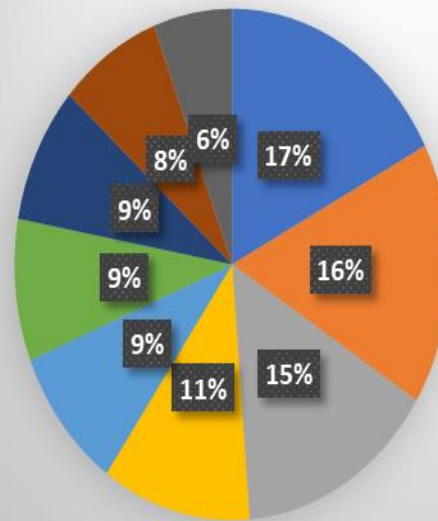
PEMILIHAN LEMBAGA NAZHIR

- Legalitas
- Pelaporan transparan
- popularitas lembaga
- Program wakaf
- ragam saluran pembayaran
- layanan lembaga



Ketertarikan dalam Wakaf Digital

- kemudahan dalam pembayaran
- berwakaf dimana pun dan kapan pun
- ragam metode pembayaran
- dapat dilakukan dengan ponsel
- ragam pilihan mitra digital
- wakaf digital sesuai syariah Islam



LASWELL'S COMMUNICATION MODEL

(HAROLD LASWELL, 1948)

WHO

SAYS WHAT

IN WHICH
CHANNEL

TO WHOM

WITH WHAT
EFFECT

Komunikator, Fundriser :
kredibilitas,
kategori Kampanye:
tingkat urgensinya tinggi

Deskripsi kampanye
Bahasa sederhana, detil
kondisi program, foto
aktual

Platform
Fitur yang mudah, bisa
diakses dari ponsel
laptop, ragam channel
pembayaran

Calon donator
40% pertama dari lingk
terdekat fundraiser, 30%
dr temannya teman, 30%
dari luar, kecuali tema
internasional atau jika
menggunakan influencer

Keputusan berdonasi :
simpati pd kampanye,
kepercayaan, transparansi,
kemudahan, dan
akuntabilitas

STRATEGI FUNDRAISING WAKAF ONLINE

MEMBANGUN KREDIBILITAS LEMBAGA

- Dakwah wakaf terus menerus
- Nazhir yang kompeten, amanah & militan
- Program yang tepat
- Transparansi & akuntabilitas
- Layanan prima

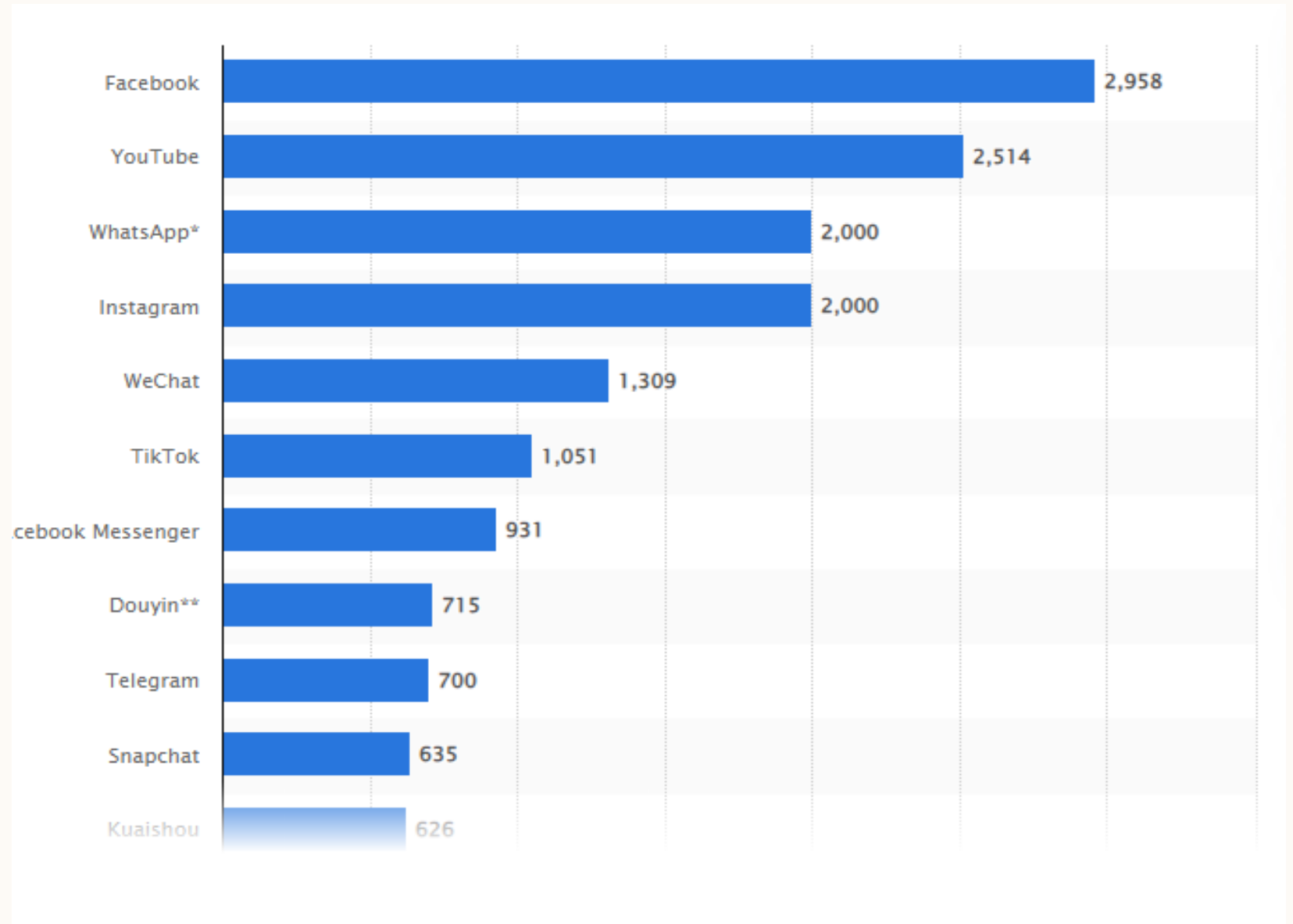
MEMBANGUN KREDIBILITAS SARANA DIGITAL

- Kampanye program yang efektif
- Fitur platform
- Keamanan platform & data
- Ragam sarana pembayaran

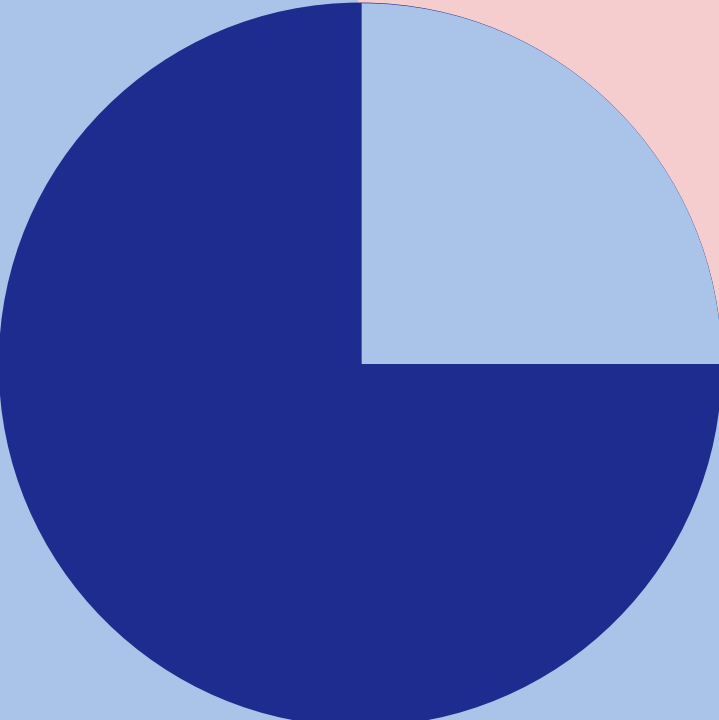
4 HAL YANG HARUS DIPERHATIKAN DALAM PROMOSI

1. Konten iklan wakaf yang menarik
2. Konten yang mudah dimengerti oleh semua segmen masyarakat
3. Informasi tentang wakaf yang tersebar luas
4. Informasi tentang wakaf yang dapat dipercaya

Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users *(in millions)*



PILIHAN MEDIA



<https://berkahwakaf.id/>



ALHAMDULILLAH

TERIMA KASIH