

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wabah penyakit Covid-19 (*Corona Virus Disease*) belum juga berakhir. Hal ini menyebabkan mobilitas masyarakat menjadi terganggu. Pergerakan masyarakat untuk berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain menjadi tidak leluasa seperti sebelum adanya Covid-19. Masyarakat menjadi tidak bisa mengunjungi tempat-tempat yang menyebabkan kerumunan banyak orang seperti sekolah, pasar, kantor, dan berbagai tempat yang terdapat banyak orang. Hal ini bertujuan untuk menghindari penyebaran Covid-19. Karena Covid-19 juga, masyarakat dianjurkan untuk tetap dirumah saja sehingga ketergantungan masyarakat terhadap teknologi menjadi meningkat. Salah satunya adalah teknologi keuangan atau biasa disebut *fintech* (*Financial Technology*).

Di masa pandemi Covid-19 ini, masyarakat akan sangat terbantu dengan adanya pemanfaatan *fintech* sehingga segala transaksi keuangan dapat dilakukan secara *online* tanpa harus bertemu langsung untuk bertransaksi sehingga menjadi lebih efektif dan efisien. Dan juga dapat mengurangi tingkat penularan Covid-19 karena transaksi bisa dilakukan dari rumah masing-masing.

Tidak hanya untuk sistem pembayaran, *financial technology* juga dimanfaatkan untuk *fundraising*. Terutama disaat masa pandemi Covid-19, banyak masyarakat yang tidak bekerja sehingga tidak memiliki biaya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Baik organisasi, komunitas, hingga individual berbondong-bondong melakukan galang dana untuk orang-orang yang membutuhkan tersebut. Dengan memanfaatkan

media sosial yang akan menjadi jembatan penghubung antara orang yang membutuhkan bantuan dengan orang baik yang mau menolong. Oleh karena itu, sekarang banyak bermunculan platform-platform yang digunakan untuk menggalang dana bagi orang yang membutuhkan. Kegiatan penggalangan dana melalui media sosial ini disebut dengan *crowdfunding*. *Crowdfunding* ini bersifat komersial dan non-komersial. Dalam penelitian ini, peneliti akan berfokus pada *crowdfunding* non-komersial atau lebih dikenal dengan *donation based crowdfunding* atau *charitable crowdfunding*. *Charitable crowdfunding* ini sendiri bergerak dalam bidang sosial dengan tujuan kemanusiaan tanpa mengharap keuntungan komersial. Penggalangan dana ini dapat digunakan untuk berbagai bidang antara lain bidang kesehatan, bencana alam, dan pendidikan (Belleflamme et al., 2013).

Pertumbuhan *crowdfunding* cukup tinggi dari tahun ke tahun baik dari segi platform-platform, penyedia aplikasi, penggunaan secara global, hingga total pendapatan dari *crowdfunding* itu sendiri (Mourao et al., 2018). Perkembangan *crowdfunding* yang cukup signifikan tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi terjadi hampir di seluruh dunia. Untuk platform *crowdfunding* terbesar di dunia terletak di Amerika yaitu Kickstarter dan Indiegogo.

Di seluruh dunia, terdapat banyak platform *crowdfunding* yang memiliki banyak pengguna sehingga menjadikannya platform *crowdfunding* terbesar. Berikut daftar 8 platform *crowdfunding* terbesar di Dunia beserta asal Negara dan tahun berdirinya yang ditunjukkan pada tabel 1.1 (Monica, 2020) :

Tabel 1.1 Top 8 Crowdfunding 2020

No.	Nama Platform <i>Crowdfunding</i>	Asal Negara	Tahun Berdiri
1.	Seedrs	Britania Raya/U.K.	2012
2.	Kickstarter	Amerika Serikat	2009
3.	IndieGoGo	Amerika Serikat	2008
4.	Crowdfunder	Britania Raya/U.K.	2011
5.	AngelList	Amerika Serikat	2010
6.	GoFundme	Amerika Serikat	2020
7.	Patreon	Amerika Serikat	2013
8.	Funding Circle	Britania Raya/U.K.	2010

Kemunculan platform *crowdfunding* di Amerika dimulai dari tahun 2008 yaitu IndieGoGo, sedangkan di Indonesia bermula pada tahun 2013 (Sitanggang, 2018). Tidak hanya diluar negeri, Indonesia pun memiliki beberapa platform *crowdfunding* terbesar. Berikut 5 daftar *crowdfunding* terbesar yang ada di Indonesia berdasarkan survey dari ajaib.co.id (Andhika, 2020).

Tabel 1.2 Top 5 Crowdfunding 2020

No.	Nama Platform <i>Crowdfunding</i>	Bidang Pendanaan	Total Pengguna
1.	Kolase.com	Industri Kreatif	27.000
2.	Akseleran	Pinjaman/ <i>Crowdlending</i>	2.699
3.	Kitabisa.com	Donasi	3.850.333
4.	Dompot Dhuafa	Donasi	2.470.000
5.	GandengTangan	Modal Usaha UMKM	20.000

Sedangkan platform *Crowdfunding* berbasis donasi yang mulai berkembang di Indonesia adalah Ayopeduli.com, Act.com, GandengTangan.com, Patungan.com, Kitabisa.com, dan Dompot Dhuafa (Rasyid et al., 2017). Platform *crowdfunding*

yang bermunculan tersebut banyak mendanai proyek-proyek non-komersial seperti kesehatan, bencana alam, pembangunan rumah ibadah, dan pendidikan.

Salah satu galang dana pada bidang non-komersial yaitu seperti yang dilakukan oleh komunitas EXO-L Indonesia. Masa pandemi yang begitu sulit ini menggerakkan jiwa sosial semua orang. Salah satunya seperti yang dilakukan oleh komunitas EXO-L Indonesia (fans dari *boygroup* EXO) yang berhasil menggalang dana untuk membantu masyarakat Indonesia yang terdampak Covid-19. Penggalangan dana ini dilakukan di platform Kitabisa.com. Dana yang terkumpul mencapai Rp 127.772.387 dari 2.326 orang donatur. Dana yang telah dikumpulkan digunakan untuk membeli peralatan kesehatan selama Covid-19 dan juga untuk membeli sembako bagi yang membutuhkan. Tidak hanya menggalang dana untuk Covid-19, komunitas ini juga menggalang dana untuk masyarakat di Kalimantan Selatan yang terdampak banjir besar dan juga masyarakat Sulawesi Barat yang terdampak gempa berkekuatan 6,2 Magnitudo. Dana yang terkumpul berjumlah Rp 301.968.108 dari 11.263 orang donatur. Dana ini dimanfaatkan untuk membeli peralatan dapur, peralatan tidur, hingga makanan untuk masyarakat yang mengungsi di tenda pengungsian. Penggunaan *crowdfunding* berperan besar dalam pengumpulan dana untuk membantu masyarakat yang sedang membutuhkan bantuan.

Seperti yang digunakan oleh komunitas EXO-L Indonesia untuk menggalang dana, Kitabisa.com dapat dikatakan sebagai platform yang sukses menggalang dana di bidang sosial. Platform ini memiliki pengguna paling banyak dibandingkan

platform *crowdfunding* lainnya yang bergerak dibidang *charitable crowdfunding*. Sejak dari tahun berdirinya pada 2013, Kitabisa.com kini dapat menghubungkan lebih dari “3 juta #OrangBaik” (nama yang diberikan untuk donatur Kitabisa.com) di seluruh Indonesia. Nilai dan norma gotong royong yang sangat melekat pada budaya Indonesia di adopsi oleh Kitabisa.com sebagai landasan untuk menghubungkan kebaikan-kebaikan yang dapat tercipta dari platform *online* ini. Melalui media sosial, Kitabisa.com mencoba menghubungkan masyarakat yang memiliki kendala ekonomi dengan donatur yang dapat meringankan beban mereka.

Total galang dana yang terdanai dan total pengguna Kitabisa.com mulai dari tahun 2018 hingga 2020 terdapat pada tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.3 Data *Campaign* Terdanai dan Total Pengguna Tahun 2018-2020

Tahun	<i>Campaign</i> Terdanai	Total Pengguna
Oktober 2018	14.329	969.053
Januari 2019	18.637	1.377.638
Mei 2020	63.964	3.850.333

Sumber: Kitabisa.com

Setiap tahunnya, pengguna Kitabisa.com selalu mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari tahun 2018 hingga tahun 2020. Peningkatan total pengguna dapat diartikan juga bahwa *campaign* yang terdanai di Kitabisa.com juga mengalami kenaikan setiap tahunnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai

Kitabisa.com tentang apa saja faktor-faktor yang berpengaruh pada intensi seseorang untuk berdonasi di Kitabisa.com.

Berdasarkan data di atas, banyaknya pengguna suatu platform *online* dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pengguna sebelum memutuskan untuk menggunakannya. Salah satu faktornya adalah Persepsi Manfaat. Faktor tersebut merupakan faktor dasar yang digunakan seseorang sebagai patokan untuk menerima teknologi baru (Davis, 2013). Para donatur akan mempertimbangkan besaran manfaat yang didapatkan seperti kemudahan berdonasi, cakupan donasi yang lebih luas, rasa nyaman karena identitas donatur dapat diubah menjadi anonym, dan manfaat-manfaat lainnya ketika berdonasi menggunakan *crowdfunding*. Seperti fenomena yang terjadi di Nigeria yang memperlihatkan bahwa pelaku UMKM di Kano, Kaduna, dan Katsina di bagian barat laut Nigeria merasakan persepsi manfaat yang berpengaruh secara positif signifikan dari adanya *crowdfunding* syariah yang membantu pemodal dalam usaha mereka (Kazaure et al., 2020). Dalam segi waktu, pelaku UMKM lebih cepat mendapatkan dana yang dibutuhkan untuk usahanya. Hal ini dapat diartikan bahwa pelaku UMKM merasakan manfaat ketika menggunakan *crowdfunding* syariah ini. Semakin banyak manfaat yang dirasakan maka akan semakin meningkatkan penggunaan pada *crowdfunding* itu sendiri. Dan juga seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Iqbal (2020) yang mendapatkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat menggunakan platform *crowdfunding* berbasis QR kode pada generasi millennial di Solo Raya. Sedangkan pada penelitian ini, persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna adalah bagaimana

Kitabisa.com akan mempermudah pengguna dalam melakukan donasi dengan cakupan yang lebih luas, lebih cepat, dan tepat sasaran. Sehingga pengguna dapat memanfaatkan Kitabisa.com untuk berdonasi dalam keseharian tanpa batas waktu.

Faktor selanjutnya adalah Persepsi Kemudahan Penggunaan yang sering diperhatikan seseorang sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu platform *online*. Hal ini karena pengguna akan lebih memilih aplikasi yang lebih mudah untuk digunakan. Seperti peristiwa yang terjadi di Malaysia, para donatur ikut berpartisipasi membantu lembaga wakaf dalam mengembangkan tanah wakaf di Malaysia karena aplikasi yang digunakan mudah dalam penggunaannya (Thaker et al., 2018). Penelitian dari Karmanto (2019) juga menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif signifikan pada intensi seseorang dalam menyalurkan ZIS (Zakat, Infaq, dan Shadaqah) dengan *crowdfunding* sebagai medianya. Begitu juga dalam penelitian ini yang membahas persepsi kemudahan penggunaan pada Kitabisa.com. Kitabisa.com menyediakan aplikasi yang mudah digunakan dan mudah dimengerti bagi penggunanya. Dengan menyediakan fitur-fitur yang jelas dalam instruksinya sehingga memudahkan pengguna dalam memahami instruksi tersebut. Dan juga berbagai macam metode pembayaran yang dapat memudahkan untuk berdonasi serta kemudahan akses untuk masuk ke platform maupun aplikasi Kitabisa.com.

Setelah dua faktor di atas, faktor penentu selanjutnya adalah kepercayaan. Kepercayaan pengguna terhadap teknologi baru harus dibangun agar pengguna

berniat untuk menggunakannya. Rasa ketidakpastian dapat berkurang jika kepercayaan itu ada karena platform *online* tidak memiliki kondisi fisik sehingga tidak mengetahui bagaimana sistem tersebut bekerja (Faradila & Soesanto, 2016). Beberapa kepercayaan pengguna yang harus dibangun oleh pihak *crowdfunding* adalah proses transfer uang yang akurat dan dapat dipercaya, layanan yang aman, dan penyaluran dana dengan jujur dan transparan. Fenomena yang terjadi di India memperlihatkan bahwa responden percaya pada *crowdfundding* berbasis donasi karena kualitas informasi mengenai aplikasi donasi tersebut (Behl, A., et al., 2020). Dan juga pada penelitian Linardi (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif signifikan pada minat mahasiswa untuk berdonasi dengan platform *crowdfunding*. Hal ini dapat diartikan bahwa kepercayaan donatur menjadi suatu keputusan untuk menggunakan layanan *crowdfunding*.

Selanjutnya, faktor yang dipertimbangkan oleh pengguna adalah persepsi risiko. Segala sesuatu tentunya memiliki risiko, tidak terkecuali pada *crowdfunding*. Layanan jasa seperti *crowdfunding* memiliki risiko yang lebih tinggi dibandingkan layanan jasa secara *offline*. Risiko yang mungkin terjadi pada *crowdfundig* adalah penipuan yang mengatasnamakan suatu *crowdfunding*, cerita penggalang dana yang tidak sesuai dengan realita, kerahasiaan data dari para donatur yang disalahgunakan, serta keamanan dari proses transaksi yang dilakukan di *crowdfunding*. Peristiwa yang terjadi di Spanyol memperlihatkan bahwa persepsi risiko berpengaruh pada rendahnya persentasi ekuitas yang diinvestasikan oleh investor pada *crowdlending*

([Martínez-Climent et al., 2018](#)). Dan juga pada penelitian yang dilakukan oleh Aprihasyyati (2020) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap niat investasi pada *crowdfunding* berbasis ekuitas di Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa persepsi risiko menjadi pertimbangan donatur untuk berkontribusi di *crowdfunding*.

Ketika persepsi risiko membuat seseorang bimbang dalam memutuskan untuk menggunakan layanan kitabisa.com sebagai platform donasi *online*, pada umumnya seseorang akan bertanya kepada orang lain. Jawaban dari orang tersebut tentunya akan menjadi pertimbangan terhadap keputusannya untuk menggunakan layanan *crowdfunding* seperti kitabisa.com. Fenomena seperti ini sering terjadi pada lingkungan hidup makhluk sosial yang biasa disebut norma sosial. Bagaimana orang-orang disekitar akan berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil oleh seseorang. Seperti fenomena yang terjadi di Oman, norma sosial memiliki pengaruh secara positif signifikan pada niat individu untuk ikut berpartisipasi dalam *crowdfunding* berbasis donasi (Pitchay et al., 2021). Dan pada penelitian Putra (2021) menemukan bahwa norma sosial berpengaruh secara positif signifikan terhadap niat masyarakat dalam menggunakan *crowdfunding* di masa pandemi Covid-19. Dapat diketahui bahwa orang-orang disekitar individu berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk berpartisipasi dalam *donation based crowdfunding* atau *charitable crowdfunding*.

Faktor terakhir yang dipertimbangkan oleh donatur adalah biaya keuangan. Seperti biaya administrasi untuk donatur dan biaya iklan yang akan dibebankan kepada penggalang dana. Biaya keuangan cukup menjadi pertimbangan karena biaya tersebut diluar dari biaya pokok yang akan dikeluarkan. Seperti peristiwa yang terjadi di China mengenai pengaruh biaya-biaya terhadap strategi keputusan dalam *crowdfunding* berbasis hadiah. Dimana pengurangan biaya unit dan biaya platform dipilih untuk menentukan kekuatan kompetitif (Bi et al., 2019). Pada penelitian ini, biaya keuangan yang ada pada Kitabisa.com berupa biaya iklan, biaya administrasi, dan biaya lainnya yang terdapat di Kitabisa.com selama bertransaksi. Biaya keuangan pada Kitabisa.com lebih mengacu pada penggalang dana. Seperti biaya administrasi sebesar 5% yang dibebankan kepada penggalang dana yang berguna untuk pengembangan Kitabisa.com agar lebih baik. Begitu juga biaya iklan (jika menggunakan) yang akan ditanggung oleh penggalang dana. Biaya-biaya tersebut akan diambil dari target dana yang telah terkumpul sehingga tidak akan membebankan penggalang dana.

Penelitian mengenai *crowdfunding* telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Cicchiello et al., (2020) di Italia yang membahas tentang bagaimana negara-negara di Eropa mengatur *crowdfunding* berbasis ekuitas dalam mendorong seseorang untuk berinvestasi dan melindungi investornya, Choy et al., (2016) membahas tentang hubungan antara keterjaungkauan dari teknologi informasi dan motivasi untuk berdonasi di

crowdfunding berbasis donasi di Australia, Kim et al., (2017) di Korea membahas mengenai jarak geografis antara investor dengan peminjam dan pengaruhnya pada *crowdfunding*, Munim et al., (2020) membahas mengenai faktor-faktor yang menentukan niat untuk berkontribusi di *crowdfunding* dalam konteks negara berkembang yaitu di Bangladesh, dan juga Fujii et al., (2021) yang membahas mengenai *crowdfunding* berbasis ekuitas dan literasi keuangan investor individual di Jepang. Dari beberapa penelitian tersebut, banyak penelitian di luar negeri yang membahas mengenai *crowdfunding* komersial. Dan masih sedikit penelitian yang membahas mengenai *crowdfunding* non-komersial atau yang biasa disebut *donation based crowdfunding/charitable crowdfunding*. Tidak hanya diluar negeri, di Indonesia pun masih sedikit pembahasan mengenai *crowdfunding* yang berbasis donasi. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti topik *charitable crowdfunding* dengan judul “**Analisis Determinan Intensi untuk Berdonasi pada Charitable Crowdfunding pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia**”. Dengan variabel dependen yang digunakan adalah intensi untuk Berdonasi. Sedangkan variabel independen adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, persepsi risiko, norma sosial, dan biaya keuangan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding* ?

2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding* ?
3. Bagaimana pengaruh norma sosial terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding* ?
4. Bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding* ?
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding* ?
6. Bagaimana pengaruh biaya keuangan terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding*
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding*
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh norma sosial terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding*
4. Untuk mengeksplorasi pengaruh persepsi risiko terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding*
5. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding*

6. Untuk menjelaskan pengaruh biaya keuangan terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan bagi mahasiswa maupun masyarakat yang ingin mengetahui dan mempelajari tentang determinan dari intensi untuk berdonasi di *crowdfunding* dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* dan memberikan informasi tambahan serta bisa menjadi referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini sebagai bahan referensi dan informasi tambahan dalam menganalisis determinan intensi untuk berdonasi di *crowdfunding*.

b. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan keterampilan peneliti dalam menganalisis determinan intensi untuk berdonasi di *crowdfunding*.

c. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan penelitian ini menjadi bahan informasi dan referensi bagi para peneliti selanjutnya terutama mengenai analisis determinan intensi untuk berdonasi di *crowdfunding*.

1.5 Ruang Lingkup

1.5.1. Lingkup Teoritis

Untuk menjaga konsistensi pembahasan dan kerancuan serta untuk menghindari perluasan pembahasan maka penelitian ini dibatasi oleh teori tentang analisis persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, persepsi risiko, norma sosial, dan biaya keuangan terhadap intensi untuk berdonasi di *crowdfunding* dengan menggunakan model TAM.

1.5.2. Lingkup Konseptual

Penelitian ini dilakukan untuk membahas tentang determinan dari intensi untuk berdonasi di *crowdfunding* serta hubungannya dengan masing-masing variabel.

1.6 Sistematis Penelitian

Sistematis penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR



Bab ini meliputi penjelasan landasan teori yang digunakan untuk membahas secara singkat dari penelitian terdahulu. Bab ini juga meliputi kerangka pikiran yang melandasi hipotesis penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan variabel penelitian dan definisi operasional yang mendeskripsikan variabel yang dipakai dalam penelitian sekaligus melakukan pendefinisian secara operasional. Penentuan sampel terkait dengan masalah jumlah populasi, kuantitas sampel yang diambil, dan teknik pengambilan sampel. Jenis dan sumber data yang mendeskripsikan gambaran mengenai jenis data yang akan dipakai dalam penelitian. Metode analisis yang memperlihatkan bagaimana deskripsi bentuk analisis yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini meliputi pembahasan mengenai analisis tentang pengolahan data, pendeskripsian variabel dependen dan independen, analisis data, pembahasan, serta interpretasi penelitian dari metode analisis yang digunakan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dari penelitian yang berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, implikasi penelitian dan saran dari hasil penelitian.