

BAB I

PENDAHULUAN

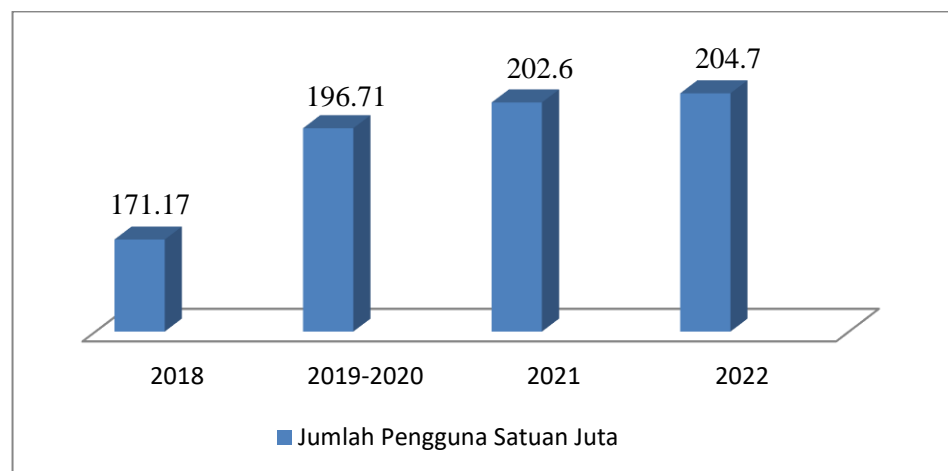
A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang begitu pesat membuat masyarakat harus menerima dan menyesuaikan adanya perubahan sistem, dari sistem biasa menjadi sistem digital. Hal ini membuat masyarakat harus dapat menyinergikan teknologi digital kedalam aktivitas sehari-hari. Beberapa tahun terakhir era revolusi industri 4.0 mengalami perkembangan yang sangat pesat yang membuat semua pakem-pakem lama yang berjaya itu dihapuskan lalu menggantikannya dengan pola tatanan baru. Era revolusi industri 4.0 dikenal juga dengan era disrupsi teknologi karena otomatisasi dan konektivitas di sebuah bidang yang membuat pergerakan dunia industri dan persaingan kerja menjadi tidak *linear*. Karakteristik dari industri 4.0 adalah pengaplikasian kecerdasan buatan yang dipadukan *internet of think* (IoT).

Berhubungan dengan itu, sekarang muncul era baru lagi yaitu era *society* 5.0 di mana informasi dari sensor di ruang fisik terakumulasi di dunia maya. Konsep *society* 5.0 bermula dari Jepang, konsep ini memungkinkan kita untuk menggunakan ilmu pengetahuan yang berbasis modern (AI, robot, Iot) untuk melayani kebutuhan manusia. Era 5.0 juga

merupakan era di mana semua teknologi menjadi bagian dari manusia itu sendiri.¹

Namun untuk era *society 5.0* belum bisa dipraktekkan di semua negara, hanya baru beberapa negara maju yang sudah melaksanakan konsep *society 5.0* ini. Negara Indonesia juga masih proses persiapan menuju era *society 5.0*. Walaupun begitu, dengan adanya perubahan era dari industri 4.0 menuju *society 5.0* ini berdampak pada peningkatan penggunaan internet di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) setiap tahun pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan.



Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : Buletin APJII Edisi 74

Pada tahun 2018 jumlah pengguna internet 171,17 juta jiwa dari total penduduk sebanyak 264,16 juta orang. Ini artinya penetrasi internet pada tahun 2018 mencapai 64,8%. Jumlah ini meningkat 13,3% dari tahun

¹ Suherman, Musnaini dan Hadian Wijoyo. (2020). *Industry 4.0 vs Society 5.0*. Banyumas : CV Pena Persada. hal. 28.

sebelumnya. Pada tahun 2019-2020 (Q2) jumlah pengguna internet mengalami peningkatan menjadi sebanyak 196,71 juta jiwa dari total penduduk sebanyak 266,91 juta jiwa. Hal ini menunjukkan penetrasi internet pada tahun 2019-2010 (Q2) mencapai 73,7% dan mengalami pertumbuhan 8,9%.² Pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 % atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri tahun 2021 adalah 274,9 jiwa. Hal tersebut dimuat dalam laporan terbaru yang dirilis oleh layanan manajemen konten *hootsuite* dan agensi pemasaran medsos *we are social* dalam laporan bertajuk digital 2021.³ Pada Januari tahun 2022 terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia. Jumlah itu naik 1,03% dibanding tahun sebelumnya.⁴

Kondisi era digital yang terintegrasi dengan internet memberi dampak pada bidang sosial maupun ekonomi. Kecepatan dalam mengakses informasi menjadi hal yang paling baik dalam membantu proses transaksi dan transparansi bidang keuangan.⁵ Adanya kemajuan teknologi ini

² Buletin APJII Edisi 74. (2020). *Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020 : Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI*. Diakses pada link <https://apjii.or.id/survei> tanggal 3 April 2022 pukul 20.44 WIB.

³ Andi Dwi Riyanto. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Diakses pada link <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> tanggal 3 April 2022 pukul 21.07 WIB.

⁴ Cindy Mutia. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Diakses pada link <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> tanggal 21 Juli 2022 pukul 09.19 WIB.

⁵ Raisa Athirah Amalina. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Kepercayaan dan Media Sosial Terhadap Minat Masyarakat Berdonasi Via Platform Crowdfunding Kitabisa.com Studi*

menciptakan istilah ekonomi digital, ekonomi digital adalah sebuah konsep aktivitas ekonomi berbasis teknologi digital. Contoh ekonomi digital yang sering dipraktikkan yaitu adanya sistem pembayaran elektronik (*e-payment*), perdagangan secara online (*e-commerce*), hingga adanya perbankan secara elektronik (*e-banking*). Dan juga munculnya industri jasa keuangan yang berbasis teknologi atau biasa disebut *financial technology* (*Fintech*). *Fintech* membuat transaksi menjadi lebih mudah dan efisien dengan adanya perpaduan teknologi informasi dengan jasa keuangan yang merubah model bisnis.⁶

Fintech yang awalnya hanya digunakan untuk transaksi penunjang bank kemudian bertumbuh pesat dikembangkan oleh perusahaan swasta yang lebih fokus dalam mendigitalisasikan berbagai produk-produk layanan keuangan yang dapat menghasilkan *profit* maupun *non-profit*. *Fintech* juga bertujuan untuk membantu permasalahan kebutuhan ekonomi masyarakat yang awalnya dari ekonomi kepemilikan (*owning economy*) menjadi ekonomi berbagi (*sharing economy*). Salah satu inovasi *fintech* yang populer dalam *economy sharing* yaitu *crowdfunding*.⁷

Mahasiswa FEBI Universitas Brawijaya. Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya. hal. 1.

⁶ Celine Linardi dan Tria Sesiarta Nur. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 04 Nomor 02. hal. 250.

⁷ Firdan Thoriq Faza dan Astiwi Andriani. (2021). *Adopsi Penggunaan Platform Crowdfunding Untuk Donasi Amal Pada Kalangan Muslim Millennial*. Journal Of Economics And Bussiness Aseanomics 6(1) 2021 60-70. hal. 61.

Crowdfunding adalah skema pembiayaan yang biasanya disebut pendanaan demokratis karena konsepnya adalah mengumpulkan dana dalam skala yang kecil tetapi berasal dari jumlah masyarakat yang besar sehingga dapat mengumpulkan dana yang signifikan. *Crowdfunding* ini dikelola oleh wadah yang disebut *platform* berbasis internet sehingga mudah diakses.⁸ *Crowdfunding* dibagi menjadi empat jenis yaitu *donation based*, *reward based*, *debt based* dan *equity*. Beberapa tahun terakhir perkembangan sistem *crowdfunding donation based* di Indonesia telah merajalela.⁹

Asal mula hadirnya *crowdfunding donation based* di Indonesia yaitu diawali dengan kesadaran sosial masyarakat. Indonesia merupakan negara dengan tingkat peduli terhadap sesama yang tinggi dibanding beberapa negara lainnya. Berdasarkan hasil survei *Charity Aid Foundation* (CAF) *World Giving Index* 2018 menobatkan Indonesia selaku negara sangat dermawan di dunia dengan skor 59%. Hasil survei ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki jiwa sosial yang tinggi dan sangat peduli terhadap lingkungan sekitar dengan cara membantu sesama, terutama secara finansial. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya *platform*

⁸ Isnaini Lailatul Rohmah, Ibdalsyah dan Ahmad Mulyadi Kosim. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi dan Efektifitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat Infaq Shadaqoh*. KASABA Jurnal Ekonomi Islam 13(1) 42-52. hal. 44.

⁹ Raisa Athirah Amalina. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Kepercayaan dan Media Sosial Terhadap Minat Masyarakat Berdonasi Via Platform Crowdfunding Kitabisa.com Studi Mahasiswa FEBI Universitas Brawijaya*. Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya. hal. 1.

crowdfunding dan menimbulkan dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Ada beberapa *platform crowdfunding* di Indonesia yaitu *kitabisa.com*, *Dompot Dhuafa*, *Gandeng Tangan*, *Ayo Peduli*, *WeCare.id*, dan lain sebagainya.¹⁰

Donasi *online* sangat populer pada beberapa tahun terakhir. Salah satu pelopor berkembangnya *crowdfunding* di Indonesia adalah *platform kitabisa.com*. yang sudah bisa memfasilitasi 1,5 juta transaksi donasi setiap bulannya dan lebih dari 100.000 galang dana. Saat pandemi *covid 19* *platform kitabisa.com* melakukan penggalangan dana dan bekerjasama dengan *influencer* untuk menarik masyarakat agar ikut berdonasi, nama program penggalangan dana ini yaitu “Tolong Menolong Lawan Covid 19” yang berhasil mengumpulkan dana sebesar 9 milyar rupiah. Hal itu membuktikan bahwa donasi yang dilakukan secara *online* sudah berjalan efektif dan bisa diterima oleh masyarakat.¹¹

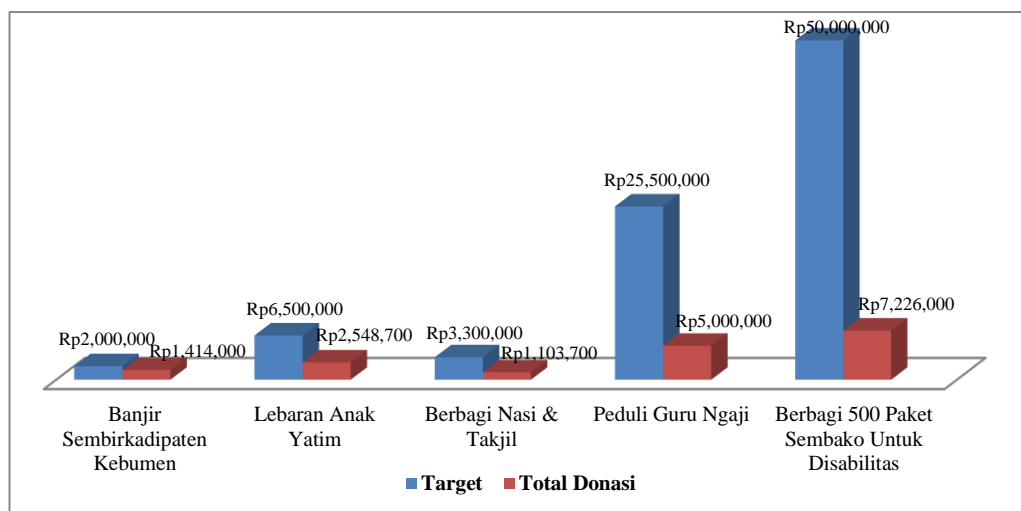
Ada salah satu lembaga *filantropi* di Kebumen yang sudah menerapkan sistem *fundrising* dengan menggunakan *platform crowdfunding* yaitu Yayasan *Hubbul Wathon*. Pada *platform crowdfunding* Yayasan *Hubbul Wathon* mempunyai tampilan, desain dan inovasi *platform* yang merujuk pada *platform kitabisa.com*. Untuk tata cara penggunaannya juga hampir sama dengan *platform-platform* pada

¹⁰ Celine Linardi dan Tria Sesiarta Nur. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 04 Nomor 02. hal. 250.

¹¹ Tentang Kitabisa. (2021). *Platform Galang Dana dan Donasi Terpercaya #1 di Indonesia*. Diakses pada link <https://kitabisa.com/about-us> diakses tanggal 13 Juli 2022 pukul 09:44 WIB.

umumnya. Metode pembayarannya bisa menggunakan aplikasi *Mobile banking*, GOPAY, OVO, Dana dan LinkAja. Untuk proyek donasinya juga beragam seperti jum'at berkah berbagi nasi gratis, penggalangan dana untuk pihak yang membutuhkan seperti orang yang kekurangan dan orang sakit, penggalangan dana untuk bencana alam, paket peduli guru TPQ, pengadaan *ambulance* gratis, program peternak berdaya, peduli anak yatim, pembangunan tempat ibadah, pondok dan lain sebagainya.

Berkaitan dengan penjelasan di atas menunjukkan bahwa sistem *fundrising* pada *platform crowdfunding* Yayasan *Hubbul Wathon* sudah cukup baik, tetapi untuk pelaksanaan proyek donasi ini masih belum maksimal. Hal ini dapat dilihat dari grafik program donasi dibawah ini :



Gambar 1.2 Program Donasi Yayasan *Hubbul Wathon*

Sumber : Laporan Program Donasi Yayasan *Hubbul Wathon* dan Data *Platform Crowdfunding Yayasan*

Berdasarkan data di atas menunjukkan jumlah target dan hasil donasi kegiatan yang dilakukan Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen. Data di atas

merupakan kegiatan donasi yang terjadi pada beberapa bulan terakhir, seperti kegiatan donasi untuk banjir di Sembirkadipaten yang awalnya target sebesar Rp. 2.000.000 tetapi donasi yang terkumpul sebesar Rp. 1.414.000, lalu kegiatan donasi pada kegiatan lebaran anak yatim dengan target sebesar Rp. 6.500.000 tetapi hasil yang didapatkan sebesar Rp. 2.548.700, kegiatan donasi berbagi nasi dan takjil dengan target sebesar Rp. 3.300.000 tetapi hasil yang didapatkan hanya sebesar Rp. 1.103.700, kegiatan donasi peduli guru ngaji dengan target donasi sebesar Rp. 25.500.000 tetapi hasil yang didapatkan hanya sebesar Rp. 5.000.000, dan yang terakhir kegiatan donasi berbagi 500 paket untuk disabilitas dengan target sebesar Rp. 50.000.000 tetapi hasil yang didapatkan hanya sebesar Rp. 7.226.000.

Hal itu menunjukkan bahwa target donasi untuk sebuah program masih belum tercapai. Jumlah dana yang dikumpulkan masih belum mencukupi target awal yang ditentukan saat rapat program kegiatan Yayasan. Dan itu menyebabkan program kegiatan belum bisa terlaksana dengan maksimal. Walaupun begitu, kegiatan masih bisa dikoordinir dengan baik hanya saja membuat potensi sedekah masyarakat Kebumen belum bisa tercapai maksimal.

Untuk itu perlu dikaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding*. Untuk mengetahui tentang itu perlu adanya kajian yang menggunakan teori *technology acceptance model* (TAM). TAM merupakan salah satu model yang

berpengaruh dalam bidang informasi, teknologi dan layanan. TAM telah menjadi teori yang kuat untuk memprediksi penerimaan pengguna teknologi baru. Model TAM dibangun dari beberapa variabel yaitu : persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan norma subjektif.¹²

Selain dari beberapa variabel yang dibahas dalam model TAM, masih banyak lagi beberapa faktor yang mempengaruhi para donatur dalam memutuskan untuk melakukan donasi secara *online*. Di sini peneliti mencoba untuk mengambil beberapa faktor yang akan diuji pengaruhnya dalam pengambilan keputusan berdonasi secara *online* melalui *platform crowdfunding*. Beberapa faktor yang diambil yaitu literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas lembaga.

Faktor yang pertama yaitu literasi digital. Menurut UNESCO literasi digital diartikan sebagai kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital, informasi, dan komunikasi untuk mengakses, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi dengan kecakapan kognitif maupun teknis.¹³ Dalam penelitian ini literasi digital merupakan kemampuan masyarakat dalam menggunakan internet untuk mengakses dan menggunakan *platform*

¹² Celine Linardi dan Tria Sesiarta Nur. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 04 Nomor 02. hal. 251.

¹³ Amandafanny Silviana Putri. (2021). *Literasi Digital Strategi Social Enterprise Sebagai Crowdfunding Platform Dalam Memberdayakan Masyarakat Berdonasi Secara Online Studi Kasus Kitabisa.com*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. hal. 35.

crowdfunding dengan baik, dan juga dengan adanya literasi digital masyarakat dapat mempunyai pengetahuan dan informasi tentang sistem donasi *online (crowdfunding)*, kelemahan dan kelebihan dari penggunaan *crowdfunding*, lembaga mana saja yang sudah menerapkan *crowdfunding*, dan informasi lainnya terkait *crowdfunding*. Menurut penelitian Rohieszan Ramdan, literasi digital mempunyai peranan penting dalam penggunaan *platform* digital dan literasi digital merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan *platform* digital.¹⁴

Faktor yang kedua yaitu perilaku. Dalam pengambilan keputusan juga dipengaruhi oleh perilaku dari masyarakat itu sendiri. Menurut Skinner perilaku adalah respon atau reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya sendiri. Respon itu ada dua yaitu respon reflektif (misalnya perilaku emosional seseorang) dan instrumental respon (misalnya seseorang menjadi donatur karena lingkungannya).¹⁵ Teori perilaku yang digunakan yaitu *theory of planned behavior* menurut Ajzen yang terdiri dari tiga komponen yaitu sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku.¹⁶ Dalam penelitian yang dilakukan Dian Resky Pangestu yang membahas tentang seberapa besar

¹⁴ Mohamad Rohieszan Ramdan. (2020). *Meneroka Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Platform Digital oleh Perusahaan Mikro dan Kecil*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Pengurusan University Kebangsaan Malaysia. hal. 1.

¹⁵ Mahyarni. (2017). *Theory Of Reasoned Action And Theory Of Planned Behavior*. Jurnal Fakultas Ekonomi UNISMA. hal. 14.

¹⁶ Jurica Lucyanda. (2010). *Pengujian Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Planned Behavior (TPB)*. Jurnal Riset Akuntansi dan Komputerisasi. hal. 3.

pengaruh dari tiga komponen yang dikembangkan Ajzen dalam *theory of planned behavior* terhadap keputusan berdonasi di Alfamart, hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara sikap dan pengendalian perilaku terhadap keputusan berdonasi di Alfamart.¹⁷

Faktor yang ketiga adalah keamanan. Keamanan transaksi menjadi salah satu yang sangat dipertimbangkan para donatur dalam melakukan donasi *online*. Keamanan penggunaan *platform crowdfunding* harus terjamin, lembaga *filantropi* tidak menyalahgunakan transaksi dan beberapa dokumen tentang pengguna. Keamanan ini bisa dilihat juga dari reputasi lembaga tersebut apakah baik dimata masyarakat atau tidak keamanan ini juga mempengaruhi adanya kepercayaan dari masyarakat untuk melakukan donasi melalui *platform crowdfunding*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Meoli, keamanan merupakan satu hal yang penting dalam menunjang kepuasan konsumen, hal itu membuat keamanan mempunyai hubungan yang positif dalam mengambil keputusan bertransaksi.¹⁸

Faktor yang keempat yaitu kemudahan penggunaan sistem *platform crowdfunding*. Tingkat kerumitan penggunaan layanan dapat membuat calon pengguna memutuskan untuk tidak melanjutkan atau menggunakan

¹⁷ Dian Resky Pangestu. (2021). *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berdonasi Pada Alfamart Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)*. Tesis Pascasarjana IAIN Parepare. hal. 111-112.

¹⁸ Dwi Irawan. (2022). *Persepsi Keamanan Kepercayaan dan Akuntabilitas Perusahaan Terhadap Niat Berdonasi Melalui Fintech Crowdfunding*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi. hal. 75.

layanan itu lagi. Jadi sebisa mungkin lembaga membuat layanan yang mudah diakses dan tidak ribet, karena tingkat pemahaman setiap orang itu berbeda-beda. Dan juga dimata masyarakat layanan *online* itu membuat sebuah transaksi atau pelaksanaan donasi menjadi lebih mudah, praktis dan dapat dilakukan kapanpun dan di mana saja. Menurut Davis ada empat indikator dalam kemudahan penggunaan yaitu *easy to learn, easy to understand, effortless and easy of use*. Adapun hasil penelitian yang dilakukan Nurul Faizah yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech*.

Faktor terakhir yang akan diuji dalam penelitian karena dianggap mempengaruhi keputusan donatur dalam berdonasi melalui *platform crowdfunding* yaitu akuntabilitas lembaga. Menurut UU keterbukaan informasi publik, akuntabilitas merupakan penjelasan mengenai pelaksanaan, fungsi, dan tanggung jawab sebuah perusahaan secara transparansi, sehingga pengelolaan perusahaan dapat terlaksana secara efektif. Akuntabilitas merupakan sebuah kewajiban yang dilakukan oleh lembaga filantropi dalam memberikan melakukan pertanggungjawaban, penyajian, pelaporan dan pengungkapan atas segala bentuk aktifitas dan kegiatan yang menjadi tanggung jawab pihak pemberi amanah. Dengan akuntabilitas lembaga ini dapat memperkuat kepercayaan para donatur dan membuat donatur nyaman untuk melakukan donasi melalui *platform crowdfunding*.

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti akan melakukan pengujian terkait seberapa besar pengaruh literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas lembaga dalam mempengaruhi keputusan individu berdonasi melalui *platform crowdfunding*. Penelitian ini akan mengambil populasi dari masyarakat Kebumen yang sudah menjadi donatur di Yayasan *Hubbul Wathon*. Berdasarkan latar belakang di atas maka akan dilakukan penelitian tentang "Pengaruh Literasi Digital, Perilaku, Keamanan, Kemudahan Penggunaan Dan Akuntabilitas Lembaga *Filantropi* Terhadap Keputusan Berdonasi Melalui *Platform Crowdfunding* Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen".

B. Pembatasan Masalah

Luasnya ruang lingkup yang dapat diuraikan maka diperlukan batasan masalah yang akan dibahas dengan tujuan agar penelitian ini lebih mendalam dan mengena pada kajian fokus penelitian dan pembahasan akan tepat sasaran serta tidak melebar dari fokus penelitian. Pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu pembahasan tentang pengaruh literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan sistem dan akuntabilitas lembaga filantropi terhadap keputusan berdonasi secara online melalui *platform crowdfunding* Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen dari bulan November 2020 sampai dengan Mei 2022.

C. Perumusan Masalah

1. Apakah literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan sistem dan akuntabilitas lembaga *filantropi* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen?
2. Apakah literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan sistem dan akuntabilitas lembaga *filantropi* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen?

D. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya kemungkinan penafsiran yang salah tentang istilah yang digunakan dalam penulisan judul proposal di atas, maka peneliti merasa perlu untuk memberikan penegasan terlebih dahulu pada istilah-istilah yang tercantum dalam judul

1. Pengaruh

Pengaruh menurut KBBI adalah daya yang timbul dari sesuatu bisa berupa orang maupun benda yang dapat membentuk watak, kepercayaan ataupun perbuatan seseorang.¹⁹ Pengaruh dapat dikatakan juga sebagai sesuatu hal baik berupa perilaku, orang, benda atau lainnya yang dapat menimbulkan perubahan terhadap sesuatu dan juga mempengaruhi lingkungan sekitarnya. Dalam penelitian ini pengaruh

¹⁹ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta : Balai Pustaka. hal. 849.

merupakan variabel x yang dapat menimbulkan perubahan terhadap variabel y (literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas lembaga dapat menimbulkan perubahan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* yang mempengaruhi tingkat donatur di Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen).

2. Literasi Digital

Konsep literasi digital menurut Gilster diartikan sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital, dengan kata lain kemampuan untuk membaca, menulis dan berhubungan dengan informasi dengan menggunakan teknologi dan format yang ada pada masanya.²⁰ Literasi digital dalam penelitian ini yaitu kemampuan dalam memahami dan menggunakan informasi dari media sosial tentang adanya pamflet dan berita acara penggalangan dana dari Yayasan *Hubbul Wathon*, dan kemampuan dalam menggunakan *platform crowdfunding* untuk berdonasi di Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen.

3. Perilaku

Perilaku adalah respon atau reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya sendiri. Respon itu ada dua yaitu respon reflektif (misalnya perilaku emosional seseorang) dan instrumental respon (misalnya seseorang menjadi

²⁰ Jazimatul Husna dan Arina Faila Saufa. (2017). *Antologi Literasi Digital*. Yogyakarta : Azyan Mitra Media. hal. 8.

donatur karena lingkungannya).²¹ Dalam penelitian ini perilaku terdiri dari tiga komponen yaitu sikap, norma subjektif dan pengendalian perilaku.

4. Keamanan

Dalam lingkup daring atau *online* keamanan dapat diartikan sebagai usaha proteksi lembaga terhadap informasi konsumen dan data transaksi keuangan yang berpotensi untuk dicuri maupun disalahgunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab selama lembaga dan konsumen ini masih terikat suatu hubungan.²²

Dalam penelitian ini keamanan yang dimaksud adalah melaksanakan kegiatan penggalangan dana dengan baik seperti tujuan awalnya, tidak menyalahgunakan uang donasi yang didapatkan, data identitas para donatur dan penggalang dana juga disimpan dengan baik tidak disebarluaskan.

5. Kemudahan Penggunaan Sistem

Kemudahan penggunaan sistem (*easy of use*) didefinisikan oleh Davis sebagai suatu tingkatan di mana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami.²³ Pada penelitian ini,

²¹ Mahyarni. (2017). *Theory Of Reasoned Action And Theory Of Planned Behavior*. Jurnal Fakultas Ekonomi UNISMA. hal. 14.

²² Dhimas Muhammad Zulfian. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi secara online melalui platform financial technology crowdfunding*. Skripsi Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. hal. 32.

²³ Abdul Rahman dan Rizki Yudhu Dewantara. (2017). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online Studi Kasus Pada Situs Jual Beli Z*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 52 Nomor 1 1-7. hal. 3.

kemudahan penggunaan *platform crowdfunding* merupakan layanan yang mudah diakses dan tidak rumit, karena tingkat pemahaman setiap orang itu berbeda-beda dan juga layanan yang dapat membuat sebuah transaksi atau pelaksanaan donasi menjadi lebih mudah, praktis dan dapat dilakukan kapanpun dan di mana saja.

6. Akuntabilitas Lembaga Filantropi

Akuntabilitas adalah suatu kewajiban organisasi dalam memberikan pertanggungjawaban laporan kegiatannya kepada atasan dan orang-orang yang berkepentingan.²⁴ Lembaga filantropi adalah organisasi yang melaksanakan tugas solidaritas terhadap sesama, seperti membantu orang yang membutuhkan.²⁵ Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa akuntabilitas lembaga filantropi adalah tugas sebuah lembaga filantropi untuk memberikan pertanggungjawaban atas kegiatannya berbentuk laporan keuangan dan laporan kegiatan kepada para donatur yang berpartisipasi dan beberapa pihak yang berkepentingan.

7. Keputusan Berdonasi

Keputusan berdonasi dalam penelitian ini adalah sebuah tahap yang terjadi sebelum seseorang melakukan tindakan berdonasi. Ada banyak hal yang harus dipertimbangkan sebelum seseorang melakukan

²⁴ Bevaola Kusumasari, Septiana Dwi Putrianti dan Enda Layuk Allo. (2015). *Akuntabilitas Modul Pendidikan Dan Pelatihan Prajabatan Golongan III*. Jakarta : Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia. hal. 9.

²⁵ Makhrus. (2018). *Dinamika Dan Aktivisme Filantropi Islam Dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta : Litera. hal. 17.

kegiatan donasi, contohnya seperti apakah kegiatan donasi itu dilakukan oleh pihak yang mempunyai reputasi baik sehingga terjamin keamanannya, apakah kegiatan donasi itu mudah untuk dilakukan dengan menggunakan teknologi digital, apakah lembaga yang mengadakan kegiatan donasi itu memberikan rasa kenyamanan kepada para donatur dan lain sebagainya.

8. *Crowdfunding*

Crowdfunding didefinisikan sebagai panggilan terbuka melalui internet untuk penyediaan sumber daya keuangan baik dalam bentuk sumbangan atau sebagai imbalan atas beberapa bentuk hadiah atau hak suara untuk mendukung inisiatif untuk tujuan tertentu.²⁶ Penelitian ini membahas tentang jenis *crowdfunding donation based* yaitu jenis penggalangan dana di mana donatur tidak akan mendapatkan imbalan apapun dari proyek yang diajukan, biasanya *donation based crowdfunding* digunakan untuk jenis penggalangan dana kegiatan sosial (*non-profit*).

9. Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen

Yayasan *Hubbul Wathon* merupakan lembaga filantropi di Kebumen yang memiliki tugas menghimpun dan menyalurkan dana ZISWAF. Yayasan ini salah satu lembaga filantropi di Kebumen yang telah mengaplikasikan sistem *crowdfunding* dalam kegiatan

²⁶ Celine Linardi dan Tria Sesiarta Nur. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 04 Nomor 02. hal. 253.

penghimpunan dananya (*fundrising*). Yayasan *Hubbul Wathon* ini bertempat di Gang Jamenggala No.12 Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen Provinsi Jawa Tengah Indonesia, 54311.

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh secara parsial pengaruh literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan sistem dan akuntabilitas lembaga *filantropi* terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen
2. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh secara simultan pengaruh literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan sistem dan akuntabilitas lembaga *filantropi* terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen

F. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Akademisi
 - a. Penelitian ini sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi di IAINU Kebumen
 - b. Menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dan pembaca mengenai sistem *fundrising platform crowdfunding* di Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen dan untuk mengetahui pengaruh literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan sistem dan akuntabilitas lembaga *filantropi* terhadap keputusan berdonasi

melalui *platform crowdfunding* Yayasan *Hubbul Wathon* Kebumen

- c. Untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat Kebumen tentang adanya sistem berdonasi melalui *platform crowdfunding*

2. Manfaat Praktisi

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan tambahan informasi bagi lembaga *filantropi* khususnya yang menggunakan strategi *fundraising* menggunakan sistem *Crowdfunding*
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada masyarakat Kebumen tentang bagaimana cara donasi melalui *crowdfunding*