

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. *Crowdfunding*

Crowdfunding adalah pendanaan proyek yang dilakukan oleh banyak investor kecil atau orang-orang yang memberikan kontribusi dalam jumlah kecil untuk memperoleh jumlah target dana yang ingin dicapai dan dibuat untuk suatu tujuan tertentu dan diakses dengan menggunakan internet.¹ Definisi *crowdfunding* dalam buku bahan ajar ekonomi digital merupakan skema pembiayaan yang dijuluki pendanaan demokratis, karena konsep dari *crowdfunding* adalah mengumpulkan dana dalam skala yang kecil tetapi berasal dari jumlah masyarakat yang besar (baik bersumber dari individu, kelompok, organisasi lembaga ataupun pemerintah), sehingga terkumpul dana yang signifikan dengan menggunakan teknologi digital.²

Crowdfunding ini dikelola oleh wadah yang disebut *platform crowdfunding* dengan berbasis internet sehingga mudah untuk diakses. terdapat tiga peran dalam pelaksanaan *crowdfunding* yaitu penggalang dana (*fundraiser*), perantara (*intermediary*) dan donatur. *Fundraiser* bertugas untuk membuat kampanye amal penggalangan dana melalui *platform* yang sudah tersedia dan dibuat oleh lembaga *intermediary*.

¹ Karthikeyan. (2020). *Crowdfunding*. India : Walnut Publication. hal. 1.

² Fidiana, Irwan Alnarus Kautsar dan Ruslianor Maika. (2018). *Bahan Ajar Ekonomi Digital*. Sidoarjo : UMSIDA Press. hal.16.

Perantara (*intermediary*) bertugas menyediakan *platform crowdfunding* dan bertanggung jawab atas operasi *platform* yang membantu menyatukan penggalangan dana dan donatur, dan juga bertanggung jawab dalam meninjau kelayakan proyek donasi. Dan yang terakhir donatur merupakan orang yang mempunyai dana dan bertugas untuk memberikan donasi. Dalam *platform crowdfunding* ini transaksi keuangan dibantu oleh bank atau skema pembayaran lainnya.³

Berdasarkan tujuannya *crowdfunding* terbagi menjadi dua yaitu untuk tujuan *profit* dan *non-profit*. *Crowdfunding* yang bertujuan *profit* adalah penggalangan dana yang dilakukan untuk kegiatan produktif sehingga dapat menghasilkan *profit*, sedangkan *Crowdfunding* yang bertujuan *non-profit* adalah penggalangan dana donasi yang dilakukan untuk kegiatan sosial seperti bencana alam dan kemanusiaan.⁴ Ada beberapa jenis *Crowdfunding* baik yang bertujuan *profit* ataupun *non-profit* yaitu :

a. *Donation based crowdfunding*

Donation based crowdfunding merupakan *crowdfunding* yang bertujuan *non profit*, karena penggalangan dana yang dilakukan untuk kegiatan sosial. Dana yang terkumpul digunakan untuk membiayai kegiatan-kegiatan kemanusiaan seperti membangun panti asuhan, rehabilitas lingkungan, bencana alam, untuk membantu orang yang

³ Firdan Thoriq Faza dan Astiwi Andriani. (2021). *Adopsi Penggunaan Platform Crowdfunding Untuk Donasi Amal Pada Kalangan Muslim Millenial*. Journal Of Economics And Bussiness Aseanomics 6(1) 2021 60-70. hal. 62.

⁴ Nanda Amalia, Deni Lubis dan Marhamah Muthoharoh. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Milenial Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform Studi Pada Kitabisa.Com*. Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah Vol. 08 Nomor 02. hal. 186.

membutuhkan dan lain sebagainya. Pada *donation based crowdfunding* donatur tidak akan mendapatkan imbalan apapun dari proyek yang diajukan, Oleh karena itu donatur tidak mengharap imbalan atau kompensasi material.⁵

b. *Reward based crowdfunding*

Reward based crowdfunding merupakan penggalangan dana yang memberikan sebuah imbalan atau hadiah sebagai apresiasi dalam proyek bisa berupa barang ataupun jasa. *Reward based crowdfunding* mayoritas bergerak untuk memberi dana pada industri kreatif, sosial dan proyek *entrepreneur* seperti *games*, sehingga membuat donatur seringkali mendapatkan fitur-fitur menarik. Dengan kata lain, donatur di sini menerima *reward* non moneter sebagai bentuk apresiasi melalui pra-pembelian produk atau jasa. Contoh *platform crowdfunding* ini adalah kickstarter.⁶

c. *Debt based crowdfunding*

Debt based crowdfunding merupakan penggalangan dana yang menawarkan bagi hasil atau keuntungan dari sebuah proyek. *Crowdfunding* jenis ini memiliki mekanisme yang sama dengan utang. Di mana donatur akan mendapatkan keuntungan berupa bunga atas dana yang dipinjamkan. Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi calon debitur agar mendapatkan pendanaan dari para donatur yaitu

⁵ Fidiana, Irwan Alnarus Kautsar dan Ruslianor Maika. (2018). *Bahan Ajar Ekonomi Digital*. Sidoarjo : UMSIDA Press. hal.20.

⁶ *Ibid.*, hal. 21.

calon debitur mengajukan proposal yang diunggah pada halaman *website* pengelola *crowdfunding*. Terdapat sedikit perbedaan antara utang-piutang yang dilakukan bank dengan utang-piutang pada sistem *crowdfunding* ini yaitu pada pihak bank pasti akan membatasi jumlah utang yang akan digunakan untuk membiayai proyek dengan jelas.⁷

Sedangkan pada *debt based crowdfunding* lebih fleksibel dalam memberikan dana/utang, bahkan *crowdfunding* ini memberikan kebebasan bagi investor dalam memutuskan proyek mana yang pantas untuk diberi dana pinjaman. Tidak ada ketentuan jumlah minimum dalam kontribusi dana ini dan juga jumlah keuntungan atau bagi hasil yang diberikan bervariasi tergantung besarnya investasi. Jadi umumnya donatur pada sistem *crowdfunding* ini akan mengharapkan pendapatan atau keuntungan secara periodik dari sejumlah uang yang dipinjamkan.⁸

d. *Equity based crowdfunding*

Equity based crowdfunding merupakan jenis *crowdfunding* yang mekanisme dan prinsipnya sama dengan investasi dan mirip dengan konsep saham. Pada sistem *crowdfunding* ini donatur akan menyetorkan dana sebagai bagian dari ekuitas dan akan mendapatkan keuntungan berupa dividen. Pada intinya, investor akan menerima keuntungan sesuai dari jumlah investasi yang diberikan. *Platform*

⁷ *Ibid.*, hal. 22.

⁸ *Ibid.*, hal. 23.

crowdfunding ini menggunakan fasilitas media sosial untuk mengundang investor untuk melihat berbagai penawaran investasi. Beberapa informasi yang diperlukan akan dipublikasi seperti informasi terkait *bussiness plan*, profil perusahaan, tipe sekuritas yang ditawarkan, dan presentase sekuritas yang ditawarkan serta nominalnya.⁹

Konsep dari *crowdfunding* yang dijelaskan di atas menunjukkan bahwa *crowdfunding* itu merupakan kegiatan tolong-menolong, khususnya *crowdfunding donation based* yang tidak ada unsur mencari keuntungan. Berdasarkan hukum islam *crowdfunding donation based* merupakan salah satu bentuk dari sedekah dan infaq karena termasuk dalam usaha di bidang sosial yang memiliki tujuan untuk saling tolong menolong terhadap sesama. Ada banyak ayat al-qur'an yang memberikan seruan untuk bersedekah, salah satunya ada dalam Q.S *An-Nisaa* ayat 114 :

لا خير في كثير من نجواهم إلا من أمر بصدقة أو معروف أو إصلاح بين الناس ومن يفعل ذلك ابتغاء مرضات الله فسوف نؤتيه أجرا عظيما

“Tidak ada kebaikan dari banyak pembicaraan rahasia mereka kecuali pembicaraan rahasia dari orang yang menyuruh (orang) bersedekah, atau berbuat kebaikan, atau mengadakan perdamaian diantara manusia. barang siapa berbuat demikian karena mencari keridhoan Allah, maka kelak kami akan memberinya pahala yang besar.” (QS. *An-Nisaa* : 114)¹⁰

Ayat tersebut adalah salah satu landasan bagi umat muslim untuk selalu bersedekah dan berbuat kebaikan agar dapat memberikan manfaat

⁹ *Ibid.*, hal. 24.

¹⁰ QS. *An-Nisaa* (4) : 114.

untuk orang lain. Ikut serta dalam penyaluran donasi melalui *crowdfunding* merupakan bentuk bersedekah dan amal baik yang mudah diakses oleh masyarakat. Fasilitas *crowdfunding* ini merupakan salah satu cara agar penggalangan donasi dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Manajemen perencanaan keuangan islami menyatakan bahwa sumber daya keuangan yang diperoleh sebaiknya dialokasikan untuk empat komponen utama yaitu *charity* (donasi), *debt* (utang dan tagihan), *investment* (investasi), dan konsumsi. Beberapa ulama menyatakan sebagian harta yang diperoleh sebaiknya dialokasikan untuk bersedekah salah satunya untuk mendanai kegiatan donasi. Donasi ini dapat ditujukan untuk siapa saja, tidak terbatas pada golongan atau kelompok tertentu. Oleh karena itu, sedekah memiliki ruang lingkup yang cukup luas karena tidak memiliki batasan apapun.¹¹

2. Literasi Digital

Munculnya era revolusi digital Indonesia memberikan pengaruh besar dan mendominasi seluruh sektor kehidupan masyarakat. Pada era ini pula perkembangan teknologi informasi dan internet sangat berkembang pesat yang membuat masyarakat harus menerima adanya perubahan sistem menjadi sistem digital. Pembelajaran literasi digital sudah menjadi kewajiban bagi seluruh lapisan masyarakat. Tuntutan inilah yang kemudian melahirkan sebuah pemikiran tentang pentingnya literasi digital.

¹¹ Nanda Amalia, Deni Lubis dan Marhamah Muthoharoh. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Milenial Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform Studi Pada Kitabisa.Com*. Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah Vol. 08 Nomor 02. hal. 185.

UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization) mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital, informasi, dan komunikasi untuk mengakses, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan informasi dengan kecakapan kognitif maupun teknis.¹² Menurut NCREL & Metiri Group kemampuan literasi digital merupakan kemampuan dalam pembelajaran literasi yang tersambung satu dengan lainnya di era digital, yang tidak hanya terbatas pada kemampuan membaca, mendengar, menulis dan berbicara secara lisan.¹³

Menurut Paul Gilster literasi digital adalah *skill* atau kemampuan dalam memahami dan menggunakan informasi yang tersedia dalam berbagai bentuk dan berasal dari berbagai sumber yang sangat luas dan diakses menggunakan komputer.¹⁴ Dalam konsepsi Potter menyatakan bahwa usaha untuk melakukan adanya pembelajaran literasi masyarakat berbasis digital bukan hanya mengenalkan media digital tetapi juga menyinergikan aktivitas sehari-hari yang bertujuan dapat meningkatkan produktivitas.¹⁵ Dari beberapa penjelasan definisi literasi digital oleh para

¹² 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.

¹³ Rila Setyaningsih, Abdullah, dan Edy Prihantoro. (2021). *Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning*. Jurnal ASPIKOM Vol. 3 Nomor 6 1200-1214. hal. 1203.

¹⁴ Rullie Nasrullah, Wahyu Aditya, dan Tri Indira Satya. (2017). *Materi Pendukung Literasi Digital*. Jakarta : TIM GLN Kemdikbud. hal. 7.

ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi digital merupakan kemampuan yang tidak sekedar melibatkan kemampuan dalam menggunakan perangkat teknologi, informasi dan komunikasi tetapi juga kemampuan dalam menyinergikan digitalisasi dengan aktivitas sehari-hari seperti bersosialisasi, belajar, bertransaksi dan lain sebagainya. Menurut Bawden komponen literasi digital ada empat bagian yaitu :¹⁶

- a. Tonggak pendukung yang terdiri dari literasi teknologi, informasi dan komunikasi
- b. Pengetahuan yang terdiri dari dunia informasi dan sifat dari sumber daya informasi yang digunakan
- c. Kompetensi yang terdiri dari pemahaman format digital dan non digital, kemampuan dalam mengevaluasi informasi, perakitan pengetahuan dan literasi media
- d. Sikap dan pendapat

Menurut UNESCO konsep literasi digital merupakan landasan penting dalam upaya memahami perangkat-perangkat teknologi, informasi dan komunikasi. Seperti dalam literasi TIK (*ICT literacy*) yang merujuk pada kemampuan teknis yang memungkinkan adanya keterlibatan aktif dari masyarakat yang berjalan beriringan dengan perkembangan teknologi dan

¹⁵ Rila Setyaningsih, Abdullah, dan Edy Prihantoro. (2021). *Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning*. Jurnal ASPIKOM Vol. 3 Nomor 6 1200-1214. hal. 1203.

¹⁶ Jazimatul Husna dan Arina Faila Saufa. (2017). *Antologi Literasi Digital*. Yogyakarta : Azyan Mitra Media. hal. 156.

budaya. Literasi TIK menjelaskan literasi digital dengan tiga sudut pandang yaitu :¹⁷

- a. Literasi teknologi yang merujuk pada pemahaman masyarakat tentang teknologi digital dan kemampuan teknis masyarakat dalam menggunakan perangkat teknologi
- b. Literasi informasi yang merujuk pada spek pengetahuan serta kemampuan untuk mengidentifikasi, mengolah dan menggunakan informasi digital secara optimal
- c. Literasi komunikasi merupakan kemampuan masyarakat dalam berkomunikasi dan bersosialisasi menggunakan teknologi digital

National Research Council (NRC) menyatakan bahwa literasi digital memberikan pengaruh yang menembus setiap aspek dalam kehidupan modern di masyarakat untuk menentukan pengambilan keputusan dalam kehidupan sehari-hari berkaitan dengan teknologi digital. Literasi digital dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan kegiatan transaksi online, karena pengguna mampu untuk mencari informasi, mempelajari, menganalisis, menggunakan dan membandingkannya dengan objek transaksi online lainnya.¹⁸

¹⁷ Rullie Nasrullah, Wahyu Aditya, dan Tri Indira Satya. (2017). *Materi Pendukung Literasi Digital*. Jakarta : TIM GLN Kemdikbud. hal.8.

¹⁸ Afiful Ichwan. (2020). *Pengaruh Digital Literacy Dan Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS (Zakat Infaq Shodaqoh) Melalui Fintech Go-Pay Pada BAZNAS*. Tesis UIN Raden Intan Lampung. hal. 82.

Literasi digital memiliki manfaat yang penting bagi setiap individu bahkan dalam kasus penggunaan *crowdfunding donation based*, karena masyarakat harus mempunyai kemampuan dalam menggunakan internet untuk mengakses dan menggunakan *platform crowdfunding* dengan baik dan dengan adanya literasi digital masyarakat dapat mengetahui informasi tentang sistem donasi *online (crowdfunding)*, kelemahan dan kelebihan dari penggunaan *crowdfunding*, lembaga mana saja yang sudah menerapkan *crowdfunding*, dan informasi lainnya terkait *crowdfunding*. Dan juga dengan literasi digital ini masyarakat mampu berkomunikasi dengan lembaga filantropi untuk menyambung silaturahmi dan menanyakan beberapa hal tentang realisasi kegiatan penggalangan dana.

3. Perilaku

Perilaku merupakan hasil yang didapatkan dari pengalaman dan interaksi masyarakat dengan lingkungan sekitarnya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Menurut Skinner perilaku adalah respon atau reaksi 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).¹⁹ Ada sebuah teori yang dapat mendeskripsikan perilaku secara spesifik yang disebut *theory of planned behavior*. *Theory of planned behavior* merupakan teori yang menjelaskan tentang rencana atau keinginan

¹⁹ Mahyarni. (2017). *Theory Of Reasoned Action And Theory Of Planned Behavior*. Jurnal Fakultas Ekonomi UNISMA. hal. 14.

seseorang dalam suatu tindakan yang dilakukan. Ketika seseorang mempunyai keinginan dan rencana yang kuat maka akan semakin kuat niat seseorang tersebut dalam berperilaku.²⁰

Theory of planned behavior yang dikembangkan oleh Ajzen menjelaskan bahwa perilaku seseorang tergantung pada keinginan perilaku (*behavioral intention*) yang terdiri dari tiga komponen yaitu :

a. Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah gambaran dari ungkapan perasaan individu (donatur) mengenai suatu objek yang disukai atau tidak disukainya. Menurut Ajzen sikap ini ditentukan oleh keyakinan yang didapatkan dari sebuah konsekuensi perilaku atau bisa disebut sebagai keyakinan perilaku (*behavioral belief*). Keyakinan di sini berhubungan dengan penilaian subjektif individu terhadap dunia sekitarnya, pemahaman mengenai diri sendiri dan lingkungannya.²¹

Cara mengetahui keyakinan dalam teori ini yaitu dengan menghubungkan suatu perilaku yang akan kita prediksi dengan berbagai konsekuensi (dapat berupa keuntungan atau kerugian) yang akan didapatkan apabila kita melakukan atau tidak melakukan perilaku itu. Keyakinan ini akan memperkuat sikap terhadap perilaku apabila evaluasi dari data yang diperoleh menyatakan bahwa perilaku itu dapat

²⁰ Dian Resky Pangestu. (2021). *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berdonasi Pada Alfamart Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)*. Tesis Pascasarjana IAIN Parepare. hal. 20.

²¹ Mahyarni. (2013). *Theory Of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)*. Jurnal EL-RIYASAH. hal. 17.

memberikan keuntungan bagi pelakunya.²² Hal itu membuat individu percaya bahwa dengan melakukan perilaku itu dapat menghasilkan hasil yang positif yang membuat individu pun akan mempunyai sikap yang positif terhadap tingkah laku yang dipertimbangkannya.²³ Ada tiga indikator yang berkaitan dengan sikap yaitu: ²⁴

- 1) Komponen kognitif yang berhubungan dengan aspek pengetahuan
- 2) Komponen affektif yang berhubungan dengan masalah emosional individu terhadap objek perilaku
- 3) Komponen konatif yang berkaitan dengan kebiasaan dan keinginan dalam bertindak

b. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Norma subjektif merupakan faktor eksternal yang memiliki pengaruh kepada konsumen dalam mempertimbangkan keputusan yang akan diambil. Menurut Jogiyanto norma subjektif diartikan sebagai pandangan atau pendapat individu terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang nantinya akan berpengaruh terhadap individu tersebut dalam mempertimbangkan perilaku yang akan dilakukan. Norma subjektif dapat diukur langsung dengan melihat seberapa erat kaitannya pendapat orang lain yang menjadi panutannya (guru,

²² *Ibid.*, hal. 17.

²³ Dian Resky Pangestu. (2021). *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berdonasi Pada Alfamart Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)*. Tesis Pascasarjana IAIN Parepare. hal. 23.

²⁴ *Ibid.*, hal. 24.

keluarga atau lainnya) dengan tindakan tertentu yang akan dilakukannya.²⁵

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa norma subjektif merupakan pertimbangan individu dalam melakukan sesuatu perilaku tertentu, jika perilaku tersebut dianggap positif oleh orang-orang sekitarnya maka dia akan melakukan hal tersebut, hal itu membuktikan bahwa pandangan orang lain disekitarnya mempengaruhi apa yang sedang dipertimbangkannya.

c. Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Dharmmesta mengatakan bahwa kontrol perilaku merupakan kondisi di mana seseorang (donatur) percaya bahwa suatu tindakan itu akan mudah atau sulit untuk dilakukan. Ini melibatkan rintangan-rintangan dan konsekuensi yang ada, lalu akan di-pertimbangkan oleh seseorang tersebut. Jogiyanto juga mengatakan kontrol perilaku adalah motivasi seseorang untuk berperilaku ditentukan oleh bagaimana ia menggambarkan tingkat kemudahan atau kesulitan untuk berperilaku.²⁶

Dari dua pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kontrol perilaku merupakan keyakinan individu tentang seberapa besar kontrolnya untuk berperilaku dengan kesulitan atau kemudahan yang dihadapinya dalam melakukan tindakan tersebut dibawah kehendaknya sendiri.

²⁵ *Ibid.*, hal. 26.

²⁶ *Ibid.*, hal. 29.

4. Keamanan

Keamanan dalam dunia digital merupakan masalah kendali yang paling utama bagi perusahaan yang menjalankannya. Banyak data-data penting yang harus dijaga kerahasiaannya. Definisi keamanan menurut Enck adalah rasa aman yang dirasakan pengguna karena pengguna percaya bahwa data pribadinya tidak disalahgunakan oleh pengguna lain yang tidak sah maupun oleh *provider* jasa pembayaran *online* ketika melakukan transaksi pembayaran.²⁷ Keamanan menurut Park dan Kim diartikan sebagai penjagaan terkait kendali dan keamanan atas transaksi yang dilakukan, dan keamanan ini adalah salah satu bentuk kompetensi lembaga ekonomi yang menggunakan sistem *online*.²⁸

Flavian dan Guinaliu berpendapat bahwa tingkat keamanan sangat mempengaruhi faktor kepercayaan. Tingkat keamanan pada sebuah lembaga ekonomi terkait penyimpanan data-data pribadi dan keamanan transaksi akan membuat masyarakat percaya pada lembaga ekonomi tersebut. Mukherjee dan Nath juga mengidentifikasi bahwa kerahasiaan dan keamanan *website* merupakan kunci kepercayaan yang mempengaruhi secara positif terhadap *intention* pengguna.²⁹

²⁷ Edi Purwanto. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. Tangerang : Yayasan Pendidikan Philadelphia. hal. 35.

²⁸ 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

²⁹ Edi Purwanto. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. Tangerang : Yayasan Pendidikan Philadelphia. hal. 36.

Menurut Park dan Kim jaminan keamanan dapat meningkatkan kepercayaan dan keyakinan seseorang. Karena adanya jaminan keamanan dapat mengurangi tingkat kekhawatiran seseorang terkait dengan praktik penyalahgunaan data pribadi yang telah di *input* dan juga penipuan transaksi yang dilakukan. Ketika seseorang bersedia memberikan data informasi pribadinya dan melakukan transaksi, maka dapat dikatakan orang tersebut sudah merasa nyaman dengan level jaminan yang diberikan oleh lembaga tersebut.³⁰ Dalam sistem transaksi *online* keamanan merupakan sebuah usaha proteksi yang dilakukan lembaga terhadap informasi konsumen dan data transaksi keuangan yang berpotensi untuk dicuri ataupun disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.³¹

Menurut Raman Arasu dan Viswanathan indikator keamanan ada dua yaitu :³²

a. Jaminan Keamanan

Jaminan keamanan mempunyai peranan penting dalam mengurangi rasa khawatir konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan penyalahgunaan transaksi.

³⁰ 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.

³¹ *Ibid.*, hal. 32.

³² Heriyana. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Belanja Online (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Rahmadiyah Sekayu)*. Jurnal Ekonomi vol. 10. hal. 35.

b. Kerahasiaan Data

Kerahasiaan data adalah usaha lembaga dalam menjaga *privacy* pengguna. Ini menjadi hal yang sangat penting karena ketika sebuah data jatuh ke pihak lain dan disalahgunakan itu dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu data konsumen harus benar-benar dijaga dan dijamin kerahasiaannya.

Aturan dasar dalam menentukan keamanan jaringan atau informasi yaitu aturan CIA (*Confidentiality, Integrity, Availability*). *Confidentiality* (rahasia) merupakan usaha untuk menjaga kerahasiaan informasi dengan melakukan pembatasan hak akses seseorang, jadi tidak sembarang orang dapat mengakses dan mengetahui data-data informasi pengguna.³³ *Integrity* (keaslian) adalah usaha lembaga dalam meyakinkan dan menjamin bahwa data atau informasi yang ada akan terjaga keasliannya, tidak berubah tanpa sepengetahuan pemilik informasi. Dan yang terakhir *Availability* (ketersediaan) yang berkaitan dengan ketersediaan informasi ketika dibutuhkan, yang berarti informasi harus selalu ada saat dibutuhkan oleh pengguna dan dapat diakses dengan cepat.³⁴

Berdasarkan definisi yang dipaparkan di atas menunjukkan bahwa faktor keamanan berperan penting terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan transaksi *online*. Terutama *platform crowdfunding* yang

³³ Nurul Hayaty. (2020). *Buku Ajar Sistem Keamanan*. Tanjungpinang : Teknik Informatika Universitas Maritim Raja Ali Haji. hal.19.

³⁴ *Ibid.*, hal. 20.

tentunya membuat kepercayaan donatur bahwa data informasi (identitas) tentang dirinya aman dan kepercayaan bahwa uang yang didonasikan itu juga aman dan akan tersalurkan kepada pihak yang membutuhkan dan tidak disalahgunakan oleh lembaga.

5. Kemudahan Penggunaan

Faktor-faktor yang berhubungan dengan penerimaan teknologi pada seseorang terdiri dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, niat perilaku, sikap, pengalaman dan kerumitan.³⁵ Faktor-faktor tersebut dibahas dalam teori *technology acceptance model* (TAM). Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) membahas penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi yang digunakan pada dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi mudah diterimanya suatu teknologi informasi oleh pengguna dan juga menjelaskan tentang perilaku dari penggunaan teknologi informasi tersebut.³⁶

Salah satu faktor penerimaan teknologi yang dibahas dalam teori *technology acceptance model* adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kemudahan penggunaan merupakan keyakinan individu bahwa dalam menggunakan sistem teknologi informasi tidak

³⁵ Firdan Rhoriq 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. 62.

³⁶ Dwi Novitasari, Atik Dwi Subekti, dan Reni Setyaningsih. (2018). *Adopsi Teknologi Informasi oleh Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model Studi Kasus Pada UMKM di Yogyakarta*. Yogyakarta : STIE Widya Wiw Aha. hal. 18.

memerlukan usaha yang besar dan juga tidak merepotkan pada saat penggunaan.³⁷

Menurut Davis kemudahan penggunaan adalah keadaan di mana individu mempunyai keyakinan bahwa dengan menggunakan sistem teknologi tertentu tidak memerlukan usaha apapun. Berdasarkan definisi kemudahan penggunaan di atas menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berarti bebas dari kesulitan atau usaha yang berat. Jika seseorang yakin bahwa sistem teknologi informasi mudah untuk digunakan maka dia akan menggunakannya, dan begitupun sebaliknya jika seseorang beranggapan bahwa sistem teknologi informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.³⁸

Menurut Davis ada empat indikator yang dapat digunakan untuk *perceived ease of use* yaitu sebagai berikut :³⁹

- a. *Easy to learn* merupakan suatu teknologi dapat dengan mudah dipelajari oleh individu, hal itu menjadi bukti bahwa individu menganggap teknologi tersebut mudah digunakan

³⁷ 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. 252.

³⁸ Nurul Faizah. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Pengetahuan Konsumen Dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. hal. 15.

³⁹ Joshua Wilson Pranata dan Debbie Cynthia Kumala. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X*. Skripsi Universitas Kristen Petra Surabaya. hal. 11.

- b. *Easy to understand* merupakan keyakinan individu yang merasakan bahwa suatu teknologi mudah untuk dipahami maka individu tersebut dapat dengan mudah menggunakan teknologi itu, begitupun sebaliknya jika teknologi sulit dipahami maka individu merasa kesulitan dalam menggunakan teknologi tersebut
- c. *Effortless* adalah suatu teknologi yang dapat digunakan dengan simpel, ringkas dan tidak rumit. Yang membuat individu beranggapan bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan dan begitupun sebaliknya jika teknologi itu rumit maka individu menganggap teknologi tersebut tidak mudah digunakan
- d. *Easy of use* merupakan suatu teknologi mudah digunakan yang membuat meningkatnya kepercayaan individu terhadap teknologi tersebut, dan begitupun sebaliknya jika individu beranggapan bahwa suatu teknologi tidak mudah digunakan, maka kepercayaan individu terhadap teknologi tersebut akan berkurang.

6. Akuntabilitas Lembaga

Akuntabilitas merupakan kewajiban suatu lembaga untuk melaporkan suatu keberhasilan lembaga dalam mencapai visi misi dan tujuan yang telah direncanakan bersama serta telah dipublikasikan di media secara berkala dan dapat diakses oleh lembaga lain yang berkaitan. UNDP mendefinisikan akuntabilitas sebagai evaluasi terhadap proses pelaksanaan kegiatan dan kinerja organisasi agar dapat mempertanggung jawabkan hasil dari kegiatan yang didapatkan serta sebagai umpan balik bagi

pimpinan organisasi dalam meningkatkan kinerja organisasi di masa yang akan datang.⁴⁰

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa akuntabilitas merupakan cara mempertanggung jawabkan sebuah kegiatan yang dilakukan dari si penerima amanah (lembaga filantropi) kepada pemberi amanah (donatur). Pertanggungjawaban harus dilaksanakan setiap pribadi maupun organisasi/lembaga atas segala tindakannya kepada Allah SWT.

Dalam surat An-Nisa ayat 58 Allah berfirman :

إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات إلى أهلها وإذا حكمتم بين الناس أن تحكموا بالعدل إن الله نعما يعظكم به إن الله كان سميعا بصيرا

Artinya : “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (QS. *An-Nisaa* : 58)⁴¹

Akuntabilitas dari sudut pandang syariah menurut Mardiasmo adalah kewajiban pihak pemegang amanah (dalam hal ini lembaga filantropi) untuk mempertanggung jawabkan dan melaporkan segala aktivitas dan kegiatan kepada pihak pemberi amanah (donatur) yang memiliki hak untuk meminta pertanggungjawaban tersebut.⁴² Koppel mengatakan bahwa ada lima indikator akuntabilitas yaitu :

⁴⁰ Rusdiana dan Nasihudin. (2018). *Akuntabilitas Kinerja Dan Pelaporan Penelitian*. Bandung : Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN SGD Bandung. hal. 20.

⁴¹ QS. *An-Nisaa* (4) : 58.

⁴² Hetty Hikmaningsih dan Bambang Agus Pramuka. (2020). *Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Infak dan Sedekah dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory (SET)*. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Vol. 22. hal. 360.

a. *Transparancy* (Transparansi)

Transparansi artinya keterbukaan. Menurut Florini transparansi merupakan ketersediaan informasi bagi pihak eksternal yang bertujuan untuk membuat pihak eksternal mengetahui proses pengambilan keputusan dan juga menilai keputusan yang telah dibuat.⁴³ Transparansi dalam konteks penelitian ini berarti bentuk keterbukaan lembaga filantropi dalam mengungkapkan berbagai proses perencanaan, pelaksanaan dan hasil kegiatan kepada para donatur dan *stakeholder*. Lembaga filantropi memberikan informasi terkait penggunaan dana dan perolehan dana dan juga memberikan informasi terkait perkembangan dari kegiatan itu kepada donatur.

b. *Liability* (Kewajiban atau Pertanggungjawaban)

Liability merupakan kemampuan organisasi atau individu dalam mempertanggung jawabkan tindakan atau aktivitas yang telah dilakukan, siap mendapatkan hukuman apabila melakukan kesalahan dan siap menerima penghargaan apabila berhasil dalam melaksanakan kegiatan tersebut.⁴⁴

c. *Controllability* (Pengendalian)

Pengendalian ini menekankan pada kemampuan suatu organisasi dalam melakukan kegiatan secara tepat seperti apa yang diharapkan

⁴³ Yanhar Jamaludin. (2016). *Akuntabilitas Penggunaan Dana Desa di Indonesia Tahun 2015*. Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan Vol. 7 No. 1. hal. 6.

⁴⁴ Ahmad Junaedi dan Suswanta. (2021). *Analisis Akuntabilitas Pengelolaan Dana Otonomi Khusus Papua*. Jurnal Tata Sejuta Vol. 7 No. 2. hal. 6

oleh pihak yang berkepentingan.⁴⁵ Ini berkaitan dengan tugas dan wewenang dari organisasi tersebut.⁴⁶ Ada norma dan aturan yang menjadi pedoman dan harus dilaksanakan oleh organisasi tersebut dari awal perencanaan kegiatan sampai dengan hasil akhir kegiatan.⁴⁷

d. *Responsibility* (Tanggung jawab)

Tanggung jawab di sini lebih merujuk pada batasan kerja yang seharusnya diatur oleh hukum yang berlaku. Tanggung jawab di sini lebih menekankan akuntabilitas sebagai tindakan menilai sejauhmana tingkat kepatuhan organisasi terhadap peraturan hukum dan perundang-undangan.⁴⁸

e. *Responsiveness* (Responsivitas)

Responsivitas lebih merujuk pada kemampuan organisasi dalam memenuhi harapan substantif yang disampaikan dalam bentuk kebutuhan dan permintaan. Outputnya adalah terpenuhinya kebutuhan hidup mereka. Responsivitas juga menjelaskan adanya proses kegiatan yang terjalin antara organisasi sebagai penyedia layanan dalam

⁴⁵ Yanhar Jamaludin. (2016). *Akuntabilitas Penggunaan Dana Desa di Indonesia Tahun 2015*. Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan Vol. 7 No. 1. hal. 8.

⁴⁶ Ahmad Junaedi dan Suswanta. (2021). *Analisis Akuntabilitas Pengelolaan Dana Otonomi Khusus Papua*. Jurnal Tata Sejuta Vol. 7 No. 2. hal. 6

⁴⁷ Yanhar Jamaludin. (2016). *Akuntabilitas Penggunaan Dana Desa di Indonesia Tahun 2015*. Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan Vol. 7 No. 1. hal. 6.

⁴⁸ *Ibid.*, hal. 9.

memenuhi kebutuhan masyarakat dengan masyarakat sebagai penerima layanan.⁴⁹

7. Keputusan Berdonasi

Pengambilan keputusan terjadi di setiap bidang dan kegiatan serta pemikiran manusia itu sendiri, maka dari itu banyak sekali disiplin ilmu yang menjelaskan dan membuat sistematika dari seluruh proses pengambilan keputusan. Keputusan yang diambil itu diartikan sebagai suatu tindakan yang telah dipertimbangkan oleh seseorang. Dalam konteks penelitian ini membahas tentang pengambilan keputusan dalam berdonasi yang didefinisikan sebagai langkah seseorang dalam melakukan suatu tindakan donasi. Proses pengambilan keputusan mempunyai tiga tahapan yaitu :

a. Tahap masukan (*input*)

Tahap Masukan di sini mempunyai pengaruh terhadap pengenalan donatur pada kebutuhan atas proyek donasi. Ada dua sumber informasi utama dalam tahap masukan yaitu : usaha pemasaran terdiri dari proses pengenalan proyek donasi, kualitas proyek donasi, cara promosinya dan penentuan sasaran donasinya. Yang kedua yaitu pengaruh sosiologis eksternal misalnya direkomendasikan oleh keluarga, teman-teman, tetangga, dan lain sebagainya. Dampak yang timbul dari setiap usaha pemasaran perusahaan, rekomendasi dari orang-orang terdekat dan tata perilaku

⁴⁹ *Ibid.*, hal. 10.

masyarakat yang ada merupakan masukan yang mungkin dapat mempengaruhi pengambilan keputusan masyarakat dalam melakukan donasi.⁵⁰

b. Tahap proses

Tahap proses lebih memfokuskan pada cara donatur mengambil keputusan berdonasi. Berbagai faktor psikologis setiap individu (motivasi, pengetahuan, kepribadian dan sikap) mempengaruhi cara pengambilan keputusan bertransaksi. Faktor psikologis dipengaruhi oleh informasi yang didapatkan sebelum terjadinya kegiatan donasi dan juga evaluasi setelah terjadinya donasi yang bisa menciptakan berbagai alternatif dalam melakukan kegiatan donasi selanjutnya.⁵¹

c. Tahap keluaran (*ouput*)

Tahap keluaran memiliki dua jenis kegiatan yaitu perilaku dan evaluasi transaksi. Misalnya perilaku yang membeli produk yang murah dan tidak tahan lama dapat dipengaruhi oleh kupon produsen dan sebetulnya itu merupakan pembelian percobaan, jika konsumen puas dia mungkin akan mengulang pembelian. Percobaan merupakan tahap penyelidikan pada perilaku pembelian yaitu konsumen menilai produk melalui pemakaian langsung. Pembelian ulang biasanya menandakan penerimaan atau kepuasan akan produk.⁵²

⁵⁰ Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta : PT Indeks. hal. 7.

⁵¹ *Ibid.*, hal. 7.

⁵² *Ibid.*, hal. 8.

Menurut Kotler ada empat indikator pertimbangan pengambilan keputusan seseorang dalam melakukan sebuah transaksi yaitu:⁵³

- a. Produk yang menciptakan rasa kemantapan dalam diri konsumen untuk melakukan transaksi tersebut, itu merupakan salah satu hal yang menjadi faktor pendukung keputusan
- b. Membeli produk yang sama berulang kali karena sudah menjadi kebiasaan konsumen dan sudah ada rasa aman dan nyaman
- c. Merekomendasikan produk kepada orang lain sebagai testimoni untuk memberikan informasi positif yang akan memengaruhi orang lain dalam melakukan transaksi
- d. Rasa kecocokan dan kenyamanan yang membuat seseorang melakukan transaksi terus-menerus

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya adalah penelitian Celine Linardi dan Triasesiarta Nur tahun 2021 dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berdonasi melalui *platform crowdfunding*”. Tujuan penelitian untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan norma subjektif terhadap minat mahasiswa berdonasi pada *platform crowdfunding*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil

⁵³ 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.

penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat berdonasi pada *platform crowdfunding*. Persepsi kemudahan, kepercayaan dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat berdonasi melalui *platform crowdfunding*.⁵⁴

Perbedaan penelitian yang dilakukan Celine Linardi dan Triasesiarta Nur dengan penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen yang diuji pengaruhnya berbeda. Pada penelitian ini peneliti memilih variabel literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas perusahaan untuk diuji seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan berdonasi secara *online* melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen. Dengan itu penggunaan teori yang dibahas pun ada beberapa yang berbeda, yang sama hanya terkait penggunaan teori TAM menurut Davis, dan teori *crowdfunding* menurut OJK. Penentuan subjek penelitian juga berbeda, penelitian ini memilih donatur Yayasan Hubbul Wathon sebagai sampel penelitian.

Penelitian yang selanjutnya yaitu sebuah jurnal yang ditulis oleh Niken Febiana, Hendri Tanjung dan Hilman Hakiem pada tahun 2022 yang berjudul “Pengaruh literasi ZIS, kepercayaan dan *brand awareness* terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui tokopedia studi pada mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor pada angkatan 2017-2018”. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi ZIS, kepercayaan dan

⁵⁴ 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. 249.

brand awareness terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui tokopedia. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis *structural equation model* (SEM) pendekatan *partial least square* menggunakan *software statistic smartpls 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi ZIS berpengaruh negatif dan tidak signifikan, variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan dan variabel *brand awareness* berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui tokopedia. Variabel literasi ZIS, kepercayaan dan *brand awareness* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui tokopedia sebesar 66,4%, sedangkan sisanya 33,6% dijelaskan oleh variabel eksternal lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.⁵⁵

Perbedaan penelitian yang dilakukan Niken Febiana, Hendri Tanjung dan Hilman Hakiem dengan penelitian ini yaitu variabel yang akan diuji pengaruhnya berbeda. Pada penelitian ini peneliti memilih variabel literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas perusahaan untuk diuji seberapa pengaruhnya terhadap keputusan berdonasi secara *online* melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen. Hal itu membuat penggunaan teori yang dibahas berbeda. Metode analisis data yang digunakan berbeda, penelitian ini menggunakan metode analisis linier berganda yang diolah dengan aplikasi SPSS 26. Penentuan

⁵⁵ Niken Febiana, Hendri Tanjung dan Hilman Hakiem. (2022). *Pengaruh Literasi Zakat Infaq Shadaqoh (ZIS) Kepercayaan Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat Dan Donasi Melalui Tokopedia Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn KHaldun Bogor Pada Angkatan 2017-2018*. Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 02 Nomor 02. hal. 291.

subjek penelitian juga berbeda, penelitian ini memilih donatur Yayasan Hubbul Wathon sebagai sampel penelitian.

Penelitian selanjutnya yaitu skripsi yang ditulis oleh Dhimas Muhammad Zulfian pada tahun 2020 yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi secara *online* melalui *platform financial technology crowdfunding*”. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengusaha dan PNS yang berada di wilayah Yogyakarta. Pengolahan data menggunakan PLS-SEM (*partial least square-SEM*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan, reputasi perusahaan dan tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform fintech crowdfunding*. sedangkan variabel kemudahan sistem, inovasi dan akuntabilitas perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform fintech crowdfunding*.⁵⁶

Perbedaan penelitian yang dilakukan Dhimas Muhammad Zulfian dengan penelitian ini yaitu variabel yang akan diuji berbeda. Pada penelitian ini peneliti memilih variabel literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas perusahaan untuk diuji seberapa pengaruhnya terhadap keputusan berdonasi secara *online* melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen. Penggunaan teori yang dibahas pun ada beberapa yang berbeda, teori yang sama hanya teori TAM menurut Davis, teori *crowdfunding* menurut OJK, teori keputusan menurut Kotler dan teori

⁵⁶ 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. 1.

selain itu berbeda. Metode analisis data dan penentuan subjek penelitian juga berbeda, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan subjek penelitiannya adalah donatur Yayasan Hubbul Wathon.

Penelitian selanjutnya yaitu skripsi yang ditulis oleh Nurul Faizah pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, pengetahuan konsumen dan efektivitas terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology*”. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 20. Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, pengetahuan konsumen dan efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology*.⁵⁷

Perbedaan penelitian yang dilakukan Nurul Faizah dengan penelitian ini yaitu variabel yang akan diuji berbeda. Pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas perusahaan untuk diuji seberapa pengaruhnya terhadap keputusan berdonasi secara *online* melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen. Penggunaan teori yang dibahas pun ada beberapa yang berbeda, teori yang sama yang digunakan yaitu teori menurut Davis, teori *crowdfunding* menurut OJK, dan teori selain itu berbeda.

⁵⁷ Nurul Faizah. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Pengetahuan Konsumen Dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. hal. 1.

Penentuan subjek penelitian juga berbeda, penelitian ini memilih donatur Yayasan Hubbul Wathon sebagai sampel penelitian.

Selanjutnya ada penelitian dari jurnal bisnis dan manajemen internasional yang dilakukan oleh Yao Huili dan Zhang Yaodong pada tahun 2014 yang berjudul “*Research On Influence Factors Of Crowdfunding*”. Penelitian ini menggunakan metode regresi skala optimal. Faktor-faktor yang mempengaruhi *crowdfunding* yang diteliti di sini adalah ekonomi, partisipasi pelanggan, kepercayaan, kualitas informasi dan jaringan sosial. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan faktor ekonomi, partisipasi pelanggan, kepercayaan, kualitas informasi dan jaringan sosial memiliki efek positif pada pembiayaan proyek *crowdfunding*, variabel yang sangat berpengaruh yaitu partisipasi pelanggan.⁵⁸

Perbedaan penelitian yang dilakukan Yao Huili dan Zhang Yaodong dengan penelitian ini yaitu variabel yang akan diuji berbeda. Pada penelitian ini peneliti memilih variabel literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas perusahaan untuk diuji seberapa pengaruhnya terhadap keputusan berdonasi secara *online* melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen. Penggunaan teori yang dibahas juga berbeda. Penentuan subjek penelitian juga berbeda, penelitian ini memilih donatur Yayasan Hubbul Wathon sebagai sampel penelitian.

⁵⁸ Yao Huili dan Zhang Yaodong. (2014). *Research on Influence Factors Of Crowdfunding*. Journal Bisnis dan Manajemen Internasional. hal. 1.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis mempunyai arti sebagai kebenaran yang masih diragukan. Hipotesis merupakan dugaan sementara yang mengandung pernyataan-pernyataan ilmiah, tetapi masih memerlukan pengujian. Oleh karena itu, hipotesis dibuat berdasarkan hasil penelitian terdahulu atau berdasarkan data-data yang telah ada sebelum penelitian dilakukan secara lebih lanjut yang tujuannya untuk menguji kembali hipotesis tersebut.⁵⁹ Pada penelitian ini ada beberapa variabel yang akan diuji pengaruhnya, berikut adalah hipotesis penelitiannya :

1. Pengaruh secara parsial literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan sistem dan akuntabilitas lembaga *filantropi* terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

- a. Literasi Digital

Literasi digital memiliki manfaat yang penting bagi setiap individu bahkan dalam beberapa kasus, literasi digital dapat mempengaruhi keputusan yang lebih baik karena pengguna mampu untuk mencari informasi, mempelajari, menganalisis dan membandingkannya kapan saja.⁶⁰ Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Affan Irhamsyah, faktor-faktor dalam literasi digital

⁵⁹ Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung : CV Pustaka Setia. hal.187.

⁶⁰ Afiful Ichwan. (2020). *Pengaruh Digital Literacy Dan Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar ZIS (Zakat Infaq Shodaqoh) Melalui Fintech Go-Pay Pada BAZNAS*. Tesis UIN Raden Intan Lampung. hal. 81.

membuktikan bahwa terdapat pengaruh literasi digital terhadap keputusan membayar zakat secara digital.

National Research Council (NRC) menyatakan bahwa literasi digital memberikan pengaruh yang menembus setiap aspek dalam kehidupan modern di masyarakat untuk menentukan pengambilan keputusan dalam kehidupan sehari-hari berkaitan dengan teknologi digital. Literasi digital dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan kegiatan transaksi *online*, karena pengguna mampu untuk mencari informasi, mempelajari, menganalisis, menggunakan dan membandingkannya dengan objek transaksi *online* lainnya.⁶¹ Maka dari itu, berdasarkan kerangka teoritis di atas hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_{a1} : Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

H_{01} : Literasi digital tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

b. Perilaku

Menurut Kotler dan Keller, keputusan dalam melakukan transaksi dipengaruhi oleh psikologis dasar yang berperan penting dalam memahami bagaimana seseorang membuat keputusan

⁶¹ *Ibid.*, hal. 82.

bertransaksi. Seseorang akan memilih untuk melakukan transaksi sesuai dengan karakter dan keyakinan yang dimilikinya. Dengan kata lain, perilaku seseorang melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan.⁶² Pengambilan keputusan berdonasi didasari oleh perilaku seseorang. Ketika seseorang mempunyai perilaku yang positif baik itu berasal dari faktor internal seseorang (sikap) ataupun faktor eksternal (norma subjektif), maka akan mendorong seseorang itu untuk melakukan kegiatan donasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang ditentukan yaitu :

H_{a2} : Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

H_{02} : Perilaku tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

c. Keamanan

Menurut Flavian dan Guinaliu faktor kepercayaan sangat dipengaruhi oleh tingkat keamanan yang dirasakan oleh pengguna terkait proses penyimpanan data pribadi mereka. Mukherjee dan Nath mengidentifikasi bahwa fitur *privacy* dan keamanan *website* adalah kunci kepercayaan yang secara positif mempengaruhi *intention*

⁶² Marheni Eka Saputri. (2016). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia*. Jurnal Sositoteknologi Vol. 15 No. 2. hal. 292.

pengguna. Keamanan secara positif juga mempengaruhi *intention* pengguna.⁶³

Keamanan juga dilandasi oleh *theory plan of behavior* yang menjelaskan bahwa sikap seseorang untuk merespon suatu jaminan keamanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia donasi akan mempengaruhi perilaku calon donatur dalam melakukan kegiatan donasi.⁶⁴ Dari penjelasan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin orang merasa aman dalam berdonasi maka semakin tinggi pula niat seseorang dalam memutuskan untuk melakukan kegiatan donasi. Atas dasar pemikiran di atas maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H_{a3} : Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

H_{03} : Keamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

d. Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yaitu keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem teknologi informasi

⁶³ Edi Purwanto. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. Tangerang : Yayasan Pendidikan Philadelphia. hal. 36.

⁶⁴ 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. 44.

tidak akan membutuhkan usaha yang besar dan juga tidak merepotkan pada saat penggunaan.⁶⁵ Menurut Davis *perceived ease of use* merupakan suatu tingkat atau keadaan di mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun. Hal ini merujuk pada definisi kemudahan yaitu bebas dari kesulitan atau usaha yang berat. Secara umum kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya, sebaliknya jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.⁶⁶

Dapat disimpulkan bahwa semakin mudah suatu sistem dioperasikan maka semakin mudah orang memahami, sehingga ada kemungkinan semakin banyak seseorang melakukan keputusan untuk melakukan donasi pada *platform* tersebut. Sesuai dengan penjabaran *theory acceptance model* yang menjelaskan bahwa *perceived of use* akan membuat seseorang memiliki sikap terhadap suatu kegiatan yang dianggap dapat membuat orang tersebut tertarik dan akhirnya

⁶⁵ 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. 252.

⁶⁶ Nurul Faizah. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Pengetahuan Konsumen Dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. hal. 15.

akan melakukan kegiatan secara aktual.⁶⁷ Berdasarkan kaitan variabel kemudahan terhadap keputusan berdonasi di atas, maka dapat dibuat hipotesis :

H_{a4} : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

H_{04} : Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* yayasan hubbul wathon Kebumen

e. Akuntabilitas Lembaga

Menurut Frink dan Klimoski, akuntabilitas merupakan sikap bentuk pertanggungjawaban atas segala aktivitas dan kegiatan organisasi yang dituangkan dalam bentuk pelaporan oleh pihak yang diberi tanggung jawab kepada pemberi amanah untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode tertentu.⁶⁸ Menurut penelitian Sofia menemukan hasil bahwa akuntabilitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepercayaan *public-stakeholders*. Artinya pengelolaan keuangan yang akuntabel akan meningkatkan kepercayaan *stakeholder* kepada *platform fintech crowdfunding*. Sehingga memiliki arti yang sama bahwa pengelolaan laporan

⁶⁷ 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. 46.

⁶⁸ *Ibid.*, hal. 50.

keuangan yang akuntabel akan meningkatkan kepercayaan para donasut kepada *platform* penyedia donasi *online*.

Dalam *theory plan of behavior* dijelaskan bahwa *attitude toward behavior* calon donatur yang mempertimbangkan adanya akuntabilitas perusahaan akan memengaruhi perilakunya dalam melakukan kegiatan donasi.⁶⁹ Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang digunakan yaitu :

H_{a5} : Akuntabilitas lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

H_{05} : Akuntabilitas lembaga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

2. Pengaruh secara simultan literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan sistem dan akuntabilitas lembaga *filantropi* terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

H_a : Literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan sistem dan akuntabilitas lembaga *filantropi* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan berdonasi

⁶⁹ *Ibid.*, hal. 51.

melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

H_0 : Literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan sistem dan akuntabilitas lembaga *filantropi* tidak berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam sebuah penelitian. Penelitian yang menggunakan data primer sangat memerlukan adanya instrumen penelitian. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan suatu cara pengumpulan data penelitian secara tidak langsung karena peneliti hanya perlu menyajikan beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden lalu responden menjawabnya.⁷⁰ Kuesioner ini dapat berupa hardfile maupun softfile yang bisa diakses melalui *google form*.

Ada beberapa variabel independen yang ada dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Literasi Digital

Menurut UNESCO literasi digital adalah kemampuan yang tidak sekedar melibatkan kemampuan dalam menggunakan perangkat teknologi, informasi dan komunikasi tetapi juga kemampuan dalam

⁷⁰ Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. Purworejo : Staia Press. hal. 24.

menyinerjikan digitalisasi dengan aktivitas sehari-hari seperti bersosialisasi, belajar, bertransaksi dan lain sebagainya.⁷¹ Berdasarkan teori dari UNESCO tentang literasi digital, ada lima pernyataan yang kami ambil dan dijadikan sebagai instrumen penelitian yaitu :

- a. Saya mengetahui informasi tentang donasi berbasis *online* melalui *platform crowdfunding*
- b. Saya mampu menggunakan internet untuk mengakses dan menggunakan *platform crowdfunding*
- c. Saya mengetahui bahwa Yayasan Hubbul Wathon sudah menerapkan donasi berbasis *online* melalui *platform crowdfunding*
- d. Saya bisa berkomunikasi via *online* dengan pihak Yayasan Hubbul Wathon untuk membahas tentang kegiatan donasi
- e. Saya sering *update* informasi terbaru tentang kegiatan donasi melalui media sosial Yayasan Hubbul Wathon

2. Perilaku

Theory of planned behavior yang dikembangkan oleh Ajzen menjelaskan bahwa perilaku seseorang tergantung pada keinginan perilaku (*behavioral intention*) yang terdiri dari tiga komponen yaitu : Sikap (*attitude*), norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku.⁷²

Instrumen penelitian mengambil empat pernyataan yang berkaitan dengan pendapat Ajzen tersebut yaitu :

⁷¹ Rullie Nasrullah, Wahyu Aditya, dan Tri Indira Satya. (2017). *Materi Pendukung Literasi Digital*. Jakarta : TIM GLN Kemdikbud. hal. 8.

⁷² Mahyarni. (2013). *Theory Of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)*. Jurnal EL-RIYASAH. hal. 17.

- a. Saya berdonasi karena saya ingin membantu orang lain yang sedang membutuhkan
- b. Saya berdonasi karena keinginan hati dan ikhlas mengharapkan ridho Allah SWT
- c. Saya memilih berdonasi di Yayasan Hubbul Wathon karena direkomendasikan oleh teman/keluarga
- d. Saya mengetahui kegiatan sosial Yayasan Hubbul Wathon dari pamflet/flyer/video promosi yang disebarluaskan melalui medsos

3. Keamanan

Keamanan menurut Park dan Kim diartikan sebagai penjagaan terkait kendali dan keamanan atas transaksi yang dilakukan, dan keamanan ini adalah salah satu bentuk kompetensi lembaga ekonomi yang menggunakan sistem *online*.⁷³ Menurut Raman Arasu dan Viswanathan ada dua indikator dalam keamanan yaitu jaminan keamanan dan kerahasiaan data. Instrumen penelitian mengambil empat pernyataan yang berkaitan dengan pendapat Raman Arasu dan Viswanathan tentang indikator keamanan yaitu :

- a. Saya tidak khawatir berdonasi di sini karena banyaknya ulasan baik dari donatur sebelumnya
- b. Saya merasa aman berdonasi di sini karena Yayasan Hubbul Wathon sudah mempunyai izin lembaga filantropi dari Kemenkumham

⁷³ Edi Purwanto. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. Tangerang : Yayasan Pendidikan Philadelphia. hal. 35

- c. Saya merasa aman berdonasi di sini karena Yayasan menyalurkan dana donasi yang diberikan dengan baik (terbukti dari dokumentasi yang dibagikan)
- d. Saya percaya Yayasan Hubbul Wathon tidak akan menyalahgunakan data-data pribadi para donatur

4. Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis *perceived ease of use* merupakan keadaan di mana individu mempunyai keyakinan bahwa dengan menggunakan sistem teknologi tertentu tidak memerlukan usaha apapun.⁷⁴ Menurut Davis ada empat indikator yang dapat digunakan untuk *perceived ease of use* yaitu *Easy to learn, Easy to understand, Effortless* dan *Easy of use*.⁷⁵ Instrumen penelitian mengambil lima pernyataan yang berkaitan dengan pendapat Davis tentang *perceived ease of use* yaitu :

- a. Sistem donasi berbasis *online* melalui *platform crowdfunding* mudah untuk dipelajari masyarakat
- b. Saya merasa instruksi pada *platform crowdfunding* ini jelas dan mudah dimengerti
- c. Donasi *online* melalui *platform crowdfunding* mudah dilakukan di mana saja dan kapan saja

⁷⁴ Nurul Faizah. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Pengetahuan Konsumen Dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. hal. 15.

⁷⁵ Edi Purwanto. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. Tangerang : Yayasan Pendidikan Philadelphia. hal. 15.

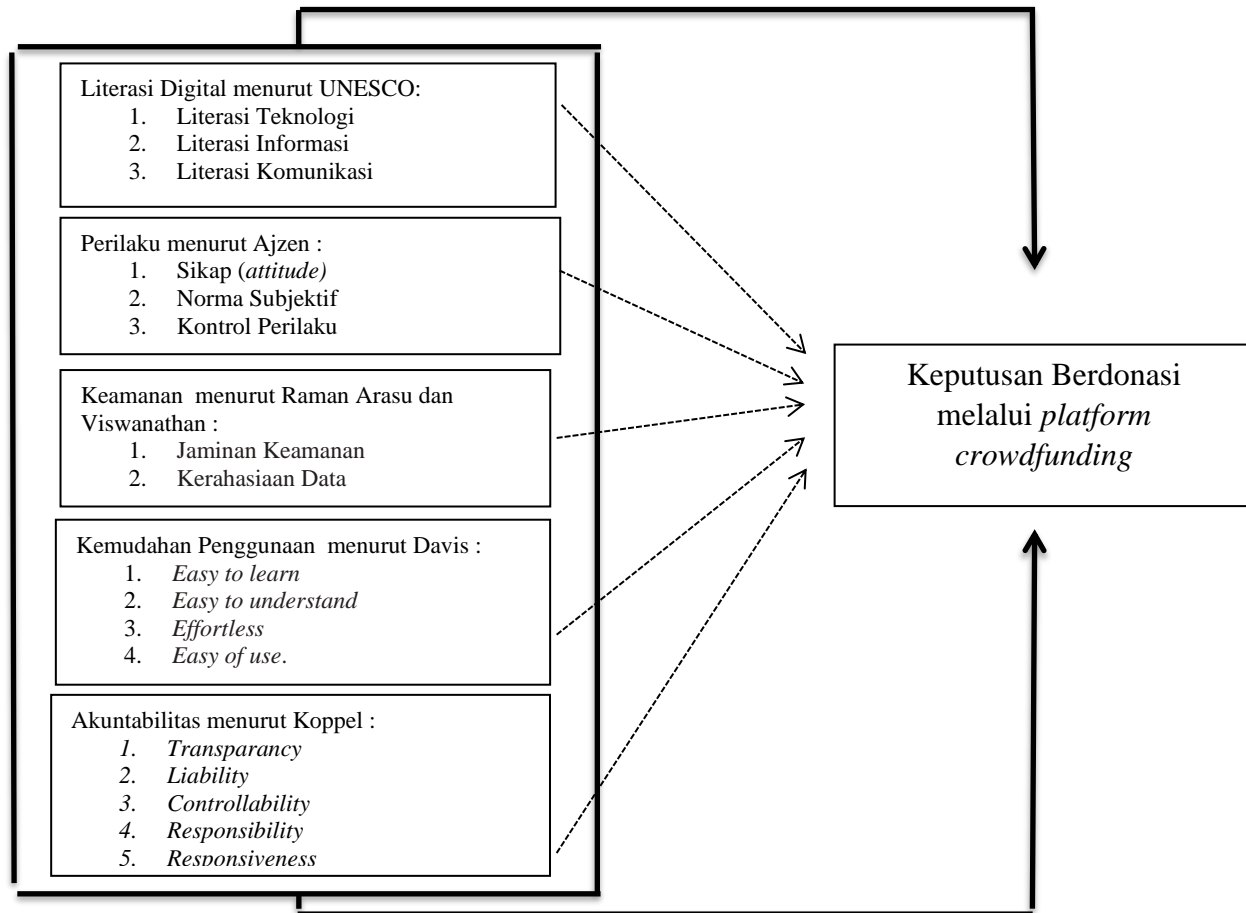
- d. Hanya dibutuhkan sedikit tahap dalam menyelesaikan kegiatan donasi *online* ini
- e. Fitur yang ada dalam *platform crowdfunding* sangat menarik dan tidak rumit sehingga mudah dipahami

5. Akuntabilitas Lembaga

Akuntabilitas adalah kewajiban suatu lembaga untuk melaporkan suatu keberhasilan lembaga dalam mencapai visi misi dan tujuan yang telah direncanakan bersama serta telah dipublikasikan di media secara berkala dan dapat diakses oleh lembaga lain yang berkaitan. Koppel menyebutkan ada lima indikator pada akuntabilitas yaitu *transparancy*, *liability*, *controllability*, *responbility* dan *responsivenss*. Instrumen penelitian mengambil empat pernyataan yang berkaitan dengan pendapat Koppel tentang akuntabilitas tersebut yaitu:



- a. Saya berdonasi *online* karena sumber pendanaan dan kegiatan pendanaan yang jelas
- b. Saya berdonasi *online* karena aktivitas dana donasi diperlihatkan secara jelas di *website* atau di media sosial lainnya
- c. Saya berdonasi *online* karena laporan keuangannya diterbitkan secara periodik
- d. Saya berdonasi *online* karena adanya laporan pertanggungjawaban aktivitas pendanaan yang dipublikasikan kepada para donatur (bisa berbentuk laporan, foto atau video kegiatan)

E. Kerangka Teori



Gambar 3 Kerangka Teori

Keterangan :

-  : Berpengaruh secara simultan
 : Berpengaruh secara parsial