

# Journal of Economics and Business Aseanomics

Journal homepage <http://academicjournal.yarsi.ac.id/jeba>

## Adopsi Penggunaan Platform *Crowdfunding* untuk Donasi Amal pada Kalangan Muslim Milenial

Firdan Thoriq Faza<sup>1</sup>, Astiwi Indriani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang

### Article

#### Information

*History of article:*

Received: 2020-11-10

Accepted: 2021-06-28

*Keywords:* *Crowdfunding*,  
*Charitable Donation*,  
*Millenial*

*Kata kunci:*

*Crowdfunding*, Donasi  
Amal, Milenial

JEL Classification:  
D64, G23, O33

### Abstract

Nowdays fintech in the form of a crowdfunding is directed to help the problems of the economic needs of the community from ownership economy to sharing economy, so that individual financial problems can be resolved together. The study aims to analyze the factors that influence the millennial muslim to distribute charitable donations using crowdfunding. This study is a qualitative research with a case study method and the data analysis tool uses coding. The research data were generated from direct semi-structured interviews with the selection of respondents using purposive-sampling technique and Semarang city as the location. The results showed that there were five factors that influenced donors using crowdfunding, namely the donation process, donation affordability, donation flexibility, platform credibility and alternative payment schemes. The findings are an analysis of the results of the respondents' statements and experiences in donating using crowdfunding.

### Abstrak

Beberapa tahun belakangan, *fintech* dalam bentuk platform *crowdfunding* diarahkan untuk membantu permasalahan kebutuhan ekonomi masyarakat yang awalnya dari ekonomi kepemilikan menjadi ekonomi berbagi, sehingga permasalahan keuangan individu dapat diselesaikan secara bersama-sama. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi generasi muslim milenial menyalurkan donasi amal menggunakan *crowdfunding*. Studi ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus dan alat analisis datanya menggunakan *coding*. Data penelitian dihasilkan dari wawancara semi-struktur secara langsung dengan pemilihan responden menggunakan teknik *purposive-sampling* dan Kota Semarang dipilih sebagai lokasinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima faktor yang memengaruhi donatur menggunakan *crowdfunding* yaitu proses donasi, jangkauan donasi, fleksibilitas donasi, kredibilitas platform dan skema pembayaran alternatif. Temuan merupakan analisis dari hasil pernyataan dan pengalaman para responden dalam berdonasi menggunakan *crowdfunding*.

## 1. Pendahuluan

Industri keuangan mengalami perkembangan inovasi seiring dengan meningkatnya perkembangan teknologi digital, salah satu inovasi terbarunya adalah “*fintech*” yang merupakan bagian dari Industri Keuangan Non-Bank (IKNB). *Fintech* merupakan gabungan dua istilah kata yaitu “*financial*” yang artinya keuangan dan “*technology*” yang artinya teknologi. *Fintech* adalah penerapan teknologi ke dalam sistem keuangan yang menghasilkan keandalan produk atau layanan serta dapat berdampak pada keandalan sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2017). *Fintech* yang awalnya hanya difungsikan untuk transaksi penunjang Bank kemudian bertumbuh pesat dikembangkan oleh perusahaan swasta yang lebih fokus mendigitalisasi berbagai produk-produk layanan keuangan yang dapat menghasilkan pendapatan (Wilson, 2017).

*Fintech* diarahkan untuk membantu permasalahan kebutuhan ekonomi masyarakat yang awalnya dari ekonomi kepemilikan (*owning economy*) menjadi ekonomi berbagi (*sharing economy*) (Kasali, 2017). Salah satu inovasi *fintech* yang populer dalam sistem ekonomi berbagai adalah *crowdfunding*. *Crowdfunding* merupakan tindakan mengambil alih pekerjaan kepada orang lain yang ingin membantu dengan pemanfaatan teknologi digital, umumnya berkaitan erat dengan pendanaan dan bentuk penggalangan terbuka. Jumlah perusahaan *crowdfunding* di Indonesia memiliki presentase sebesar 8,15% dari seluruh perusahaan *fintech* lainnya (Hadad, 2017). Secara tujuan *crowdfunding* dapat dibagi menjadi dua macam yaitu untuk investasi dan filantropi, dalam penelitian ini *crowdfunding* yang digunakan adalah untuk kasus filantropi atau pendanaan amal.

Menurut The CAF World Giving Index (2018), Indonesia merupakan negara paling dermawan di Dunia dalam kategori berdonasi menggunakan uang pada tahun 2017. Sedangkan secara rata-rata selama sepuluh tahun terakhir dari tahun 2009-2018, Indonesia menempati peringkat enam sebagai negara paling dermawan di dunia (Charities Aid Foundation, 2019). Indonesia merupakan negara dengan penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Menurut data dari Pew Research Center (2018), Indonesia diestimasikan memiliki penduduk beragama Islam sebesar 88,1% (204.847.000) pada tahun 2010 dan diprediksi pada tahun 2030 sebesar 88% (238.833.000). Agama Islam mengajarkan umatnya untuk melakukan pendanaan amal yang bisa disebut zakat, wakaf dan infaq/sedekah. Perintah zakat bersifat wajib bagi orang-orang yang sudah memenuhi syarat, sedangkan wakaf dan sedekah bersifat sukarela. Umat muslim percaya bahwa donasi dalam bentuk harta dapat digunakan sebagai penolak bala atau menghindarkan dari pengaruh godaan setan (Kashif *et al*, 2017). Infaq/sedekah atau yang lebih populer disebut donasi merupakan bahasan utama dalam penelitian ini. Saluran donasi saat ini tidak hanya melalui jalur konvensional seperti ke masjid atau donasi secara bertemu langsung, tetapi terdapat penyaluran alternatif lainnya salah satunya menggunakan *crowdfunding*.

Laporan dari We Are Social (2020) menunjukkan bahwa penetrasi pengguna ponsel di Indonesia mencapai 67%, penetrasi pengguna internet hingga 59%, dan penetrasi pengguna media sosial aktif hingga 49%. Indonesia diprediksi akan memiliki pertambahan 50 juta pengguna baru internet dari tahun 2015-2020, mencapai tingkat penetrasi 53%. Milenial merupakan mayoritas pengguna utama internet di Indonesia, sebanyak 49,52% pengguna internet di Indonesia adalah orang-orang yang berusia 19-34 tahun (APJII, 2019). Milenial merupakan generasi utama yang secara aktif hidup berkembang bersama dengan lahirnya internet, sehingga generasi ini menjadi penting untuk menyelaraskan ekosistem budaya digital di masyarakat. Internet khususnya media sosial adalah alat yang digunakan milenial sebagai wadah ekspresi dan membentuk identitas diri pada komunitas mereka, sehingga berbeda dengan generasi yang lebih tua (Helal & Ozuem, 2019). Teknologi digital sebagai motor penggerak Revolusi Industri 4.0 turut mengubah cara manusia berpikir, beraktivitas, dan berkomunikasi satu sama lain. Ada asumsi bahwa permintaan layanan produk-produk keuangan digital kedepan akan meningkat seiring kesadaran masyarakat dan infrastruktur teknologi lebih inklusif di dalam kehidupan masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, menarik untuk ditelusuri apa saja faktor-faktor yang mendorong penggunaan platform *crowdfunding* untuk donasi amal oleh generasi muslim milenial. Analisis kualitatif akan digunakan

untuk mendeskripsikan hasil penelitiannya. Kemudian kota Semarang dipilih sebagai lokasi penelitian. Temuan studi ini akan bermanfaat dalam menghasilkan rekomendasi bagi implikasi praktis dan teoritis, khususnya dalam penyelenggaraan dan pembuat kebijakan serta untuk studi penelitian pada masa mendatang.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Technology Accaptance Model (TAM)

TAM merupakan teori yang menawarkan landasan untuk mempelajari perilaku penggunaan teknologi/sistem informasi dalam aktivitas individu (Davis, 1989). Kemudian perkembangan TAM diharapkan dapat memprediksi sikap individu dalam kaitannya dengan penerimaan teknologi serta untuk menghasilkan informasi dasar yang mengenai faktor-faktor yang memotivasi sikap individu tersebut. Hasilnya faktor-faktor penerimaan teknologi pada inividu berupa meliputi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), niat perilaku (*behavioral intention*), sikap (*attitude*), penggunaan sebenarnya (*actual of use*) serta ditambahkan dengan perspektif faktor eksternal lainnya yaitu pengalaman (*experience*) dan kerumitan (*complexity*). Venkatesh dan Davis (2000) bagaimana TAM mempengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi ditentukan atau berfokus hanya pada dua faktor utama yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kegunaan yang dimaksud adalah sejumlah rasa tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja mereka. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan yang dimaksud adalah sejumlah rasa tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi memudahkan dalam menyelesaikan pekerjaan mereka.

### 2.2. Platform Crowdfunding

*Crowdfunding* merupakan sebuah platform yang digunakan untuk mengumpulkan dana dari banyak individu (*crowd*) kemudian disalurkan kepada fundraiser atau penerima dengan menggunakan teknologi digital (Lengley, 2016). Mollick (2014) menjelaskan bahwa *crowdfunding* memiliki empat jenis yaitu berbasis *reward*, *lending*, *equity*, dan *donation crowdfunding*. 1) *Reward-based crowdfunding* memungkinkan donor untuk menerima penghargaan dalam bentuk hadiah seperti barang, jasa atau hak dari penggalang dana yang mengajukan pembiayaan. 2) *Lending crowdfunding* adalah platform yang akan memberikan pengembalian dalam bentuk bunga atau uang kepada individu yang membantu memberikan pembiayaan. 3) *Equity crowdfunding* mirip dengan konsep saham, di mana pemodal akan mendapatkan bagian kepemilikan untuk mendapatkan dividen. 4) *Donation crowdfunding* adalah platform yang tidak memberikan kompensasi apa pun atas kontribusi mereka karena itu untuk proyek amal dan nirlaba. Sebenarnya secara tujuan *crowdfunding* bisa dibagi menjadi dua macam yaitu *reward-based*, *lending*, dan *equity* untuk menghasilkan profit, sedangkan *donation* untuk filantropi. Penelitian ini akan berfokus pada kasus *donation crowdfunding*.

Ada tiga peran dasar dalam mekanisme *crowdfunding* yaitu penggalang dana (*fundraiser*), perantara (*intermediary*), dan donatur (Bouncken *et al*, 2015). Penggalangan dana membuat kampanye amal penggalangan dana melalui platform. Perantara bertanggung jawab atas operasi platform yang membantu menyatukan penggalangan dana dan donor, juga memiliki tanggung jawab untuk meninjau kelayakan proyek. Donatur adalah orang yang memiliki dana dan ingin memberikan donasi setelah melihat kampanye amal di platform. Selain itu, transaksi keuangan dibantu oleh bank atau skema pembayaran lainnya.

### 2.3. Milenial dan Internet

Milenial adalah sebutan untuk generasi yang lahir pada tahun 1980-2000, saat ini orang berusia 20-40 tahun (Mannheim, 1952). Generasi millennial juga sering disebut sebagai generasi Y. Partisipasi generasi milenial dalam donasi amal lebih rendah dibandingkan dengan dua generasi di atasnya yaitu generasi X (1965-1980) dan Baby Boomers (1946-1964) (Charities Aid Foundation, 2019). Fakta ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, terutama orang dewasa muda yang kekuatan finansialnya belum mapan dibandingkan dengan orang dewasa

tua yang kekuatan finansialnya lebih mapan. Namun, kaum milenial dianggap sebagai generasi yang aktif hidup di masa internet ini yang menjadi tumpuan utama crowdfunding.

Generasi milenial merupakan kelompok mayoritas pengguna internet di Indonesia (APJII, 2019). Teknologi digital sebagai penggerak Revolusi Industri Keempat juga telah mengubah cara berpikir, bergerak, dan komunikasi manusia, terutama penggunaan media sosial. Milenial juga menjadi kelompok utama pengguna media sosial karena perannya yang sangat penting dalam mengekspresikan identitas social mereka.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan metode kualitatif yang secara spesifik berupa studi kasus, pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan wawancara semi terstruktur, yang kemudian dianalisis menggunakan alat bantu *coding*. Penelitian dimulai dari mengidentifikasi rumusan masalah dan kemudian menentukan tujuan penelitiannya. Studi memiliki batasan ruang lingkup yang telah ditetapkan. Setelah itu, mengumpulkan data-data penelitian sekunder yang berasal dari jurnal, laporan publikasi, buku teks dan *website* resmi untuk mendukung kerangka teoritis. Setelah analisis data dilaksanakan maka akan ditampilkan hasil penelitian, kemudian kesimpulan serta rekomendasi akademik dan kebijakan yang akan dikembangkan berdasarkan temuan yang ada.

#### 3.1. Pengumpulan Data

Data sekunder digunakan untuk membangun kerangka dasar teoritis penelitian ini sebagai data yang pertama kali dimanfaatkan. Data dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah dipublikasi berupa jurnal, buku, laporan survei hingga situs resmi yang mendukung seperti *crowdfunding*, donasi amal, muslim milenial dan metode kualitatif. Pengumpulan data primer dilakukan setelah kerangka dasar teoritisnya siap, sehingga dapat digunakan untuk membantu menjawab rumusan masalah. Wawancara semi terstruktur dilakukan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, sebelum melakukan wawancara peneliti sudah mempersiapkan panduan wawancaranya (*interview guidelines*). Pengumpulan data primer melalui wawancara dilakukan selama bulan Juni 2020.

#### 3.2. Wawancara Semi Terstruktur

Penelitian ini menggunakan teknik *semi-structured interview* atau wawancara semi struktur, Mason (2002) menjelaskan bahwa wawancara semi-terstruktur dapat melibatkan interaksi *one-to-one* dengan menghadapi partisipan secara langsung, atau melalui telepon/internet. wawancara tidak hanya sebatas pertanyaan yang berasal dari jawaban yang diberikan responden. Ketika melakukan wawancara peneliti menggunakan teknik *prompting* yang bertujuan untuk mendorong responden bercerita lebih jauh tentang pengalamannya dan teknik *probing* yang bertujuan untuk mengklarifikasi istilah-istilah tertentu yang terdengar asing di telinga masyarakat umum. Pertanyaan wawancara difokuskan pada pengalaman berdonasi menggunakan *crowdfunding* untuk menemukan alasan-alasan atau keunggulan-keunggulan yang mendasari pemanfaatan platform *crowdfunding*.

Orang-orang yang menjadi responden penelitian adalah mereka yang sudah pernah menggunakan platform tersebut sehingga sudah memiliki pengetahuan dasar mekanisme *crowdfunding*. Wawancara kemudian beralih ke pertanyaan tentang preferensi *crowdfunding* yang ideal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku donasi amal yang berada di Kota Semarang terkait adopsi penggunaan *crowdfunding* sebagai alat penyalurannya. Peneliti pertama kali membuat daftar kriteria responden yang ingin diwawancarai, diikuti dengan pemilihan responden yang tersedia di lapangan. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* untuk mengumpulkan data karena responden yang dipilih adalah yang memenuhi syarat, responden secara umum dibagi menjadi dua jenis yaitu mahasiswa/akademisi dan seorang karyawan/tenaga kerja. Berikut pertimbangan atas alasan tersebut:

1. Mahasiswa: Kota Semarang merupakan pusat pendidikan di Jawa Tengah, kota ini memiliki empat perguruan tinggi kedinasan, empat perguruan tinggi negeri dan kurang lebih lima puluh enam perguruan tinggi swasta. Oleh karena itu, mahasiswa merupakan subjek penelitian yang strategis untuk dijadikan responden. Mahasiswa juga dipilih karena kemampuan finansialnya yang dianggap kurang mapan dibandingkan karyawan.
2. Karyawan: Kota Semarang merupakan pusat ekonomi di Jawa Tengah, karyawan merupakan penyokong keberlanjutan operasional suatu perusahaan maupun instansi seperti UMKM dan perusahaan multinasional. Karyawan dianggap lebih mapan secara finansial dibandingkan dengan mahasiswa. Terdapat asumsi semakin mapan seseorang maka intensitas dan nominal donasi yang diberikan semakin tinggi.
3. Dosen/Akademisi: Sampel ini relatif lebih kecil dibandingkan dengan dua sampel sebelumnya. Sampel ini dipilih supaya dapat menggali informasi yang lebih dalam dengan pernyataan-pernyataan yang lebih ilmiah.

### 3.3. Ukuran Sampel

Pemilihan responden dalam penelitian didasarkan pada beberapa syarat seperti responden harus pernah berdonasi menggunakan *crowdfunding*, beragama Islam dan masih termasuk golongan milenial. Menurut Mannheim (dalam Niswah *et al*, 2019), milenial adalah generasi yang lahir dari tahun 1980-2000 atau saat ini sedang pada usia sekitar 20-30 tahun akhir. Supaya lebih fokus partisipan dibatasi dengan rentang usia 21-30 tahun menurut survei APJII (2019) rata-rata usia tersebut merupakan pengguna utama internet. Jumlah responden dalam penelitian tidak memiliki syarat jumlah tertentu, wawancara akan terus berlanjut hingga tidak ada tema baru yang muncul dari responden yang diwawancarai, sehingga data tersebut dianggap mencapai titik jenuh. Kejenuhan data diindikasikan ketika tidak ada informasi baru yang muncul atau diwacanakan oleh responden seperti dari cara menjelaskan keunggulan *crowdfunding*, kriteria-kriteria ideal yang dimiliki responden, serta sasaran dan aktivitas berdonasinya. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan dua belas responden sebagai subjek pengumpulan data dan hanya sepuluh subjek saja yang datanya layak digunakan dan ditampilkan dalam penelitian ini.

### 3.4. Analisis Data

Setelah wawancara dilakukan, hasil wawancara kemudian ditranskrip atau diubah formatnya yang awalnya berupa audio/video akan menjadi format text. Data transkrip diolah dengan metode *coding* atau *indexing*. Metode ini mengharuskan pemberian label berupa kata kunci pada data jawaban-jawaban responden yang menunjukkan ide-ide deskriptif tertentu, yang akan membantu dalam mengatur data ke dalam kategori atau tema tertentu. Dalam membuat kata kunci dan mengkategorikan data naratif, penelitian ini dibantu menggunakan kerangka yang diadaptasi dari Rosavina *et al* (2019) sebagai kategori yang memiliki kemiripan dalam penggunaan platform digital dan selain itu merupakan elaborasi dari peneliti sendiri. Data tersebut kemudian diurutkan berdasarkan tema dan sub-tema terkait yang menghubungkannya. Tema atau kategori tersebut kemudian diinterpretasikan untuk mengembangkan temuan. Interpretasi ini merupakan usaha untuk mengartikan sebuah makna dan alasan yang mendasari dari hasil ungkapkan para responden. Validitas penelitian dilakukan dengan cara triangulasi yaitu proses analisis dengan cara membandingkan hasil penelitian yang didapatkan ini dengan hasil literatur terpublikasi yang ada dalam suatu diskusi.

## 4. Hasil Penelitian

Setelah melakukan proses pencarian responden dan pengumpulan data dibantu dengan alat rekam *tape recorder* dan aplikasi Zoom, peneliti mendapatkan responden berlatar belakang mahasiswa, akuntan, karyawan BUMN,

tenaga IT, staf pemasaran, konsultan planologi, dan dosen. Peneliti hanya mencari partisipan penelitian yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya dan tidak boleh melenceng dari kriteria tersebut.

#### 4.1. Proses Donasi

Berdasarkan temuan wawancara, peneliti menetapkan beberapa empat kata kunci yang dikategorikan sebagai bagian dari proses donasi, salah satu faktor mengapa kalangan muslim milenial menggunakan *platform crowdfunding* yang harus diperhatikan dalam menyalurkan donasi yaitu meliputi aksesibilitas, proses daring, penyederhanaan akad dan durasi proses.

Berdasarkan pernyataan dari pengalaman responden sebagai donatur dalam hal aksesibilitas platform, sistem daring, prosedur dan proses cepat yang dimiliki *platform crowdfunding*, yang semuanya merupakan bagian dari proses donasi, aksesibilitas platform menjadi alasan utama dibalik proses donasi melalui *crowdfunding*. Temuan ini didukung hasil penelitiannya Niswah *et al* (2019) menemukan bahwa variabel *perceived usefulness* dalam *fintech* berpengaruh terhadap minat donasi daring pada donatur milenial di Indonesia, berikut akan dijelaskan dalam Tabel 1.

**Tabel 1. Analisis Proses Donasi**

Kata Kunci	Interpretasi
Aksesibilitas Platform	Aksesibilitas platform <i>crowdfunding</i> dianggap sebagai kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi atau mengakses <i>website</i> , donatur merasa lebih muda ketika platform tidak mewajibkan untuk membuat akun dalam berdonasi sehingga bisa menggunakan profil anonim atau tanpa identitas.
Sistem Daring	Donatur merasa dibantu dengan proses pengoperasian daring ( <i>online</i> ) karena teknologi digital yang terintegrasi satu sama lain sehingga bisa memberi dalam segala kondisi tanpa perlu datang ke lokasi penerima donasi secara langsung.
Prosedur	Donatur berpendapat bahwa berdonasi melalui <i>crowdfunding</i> dapat menyederhanakan akad sehingga hanya tinggal transaksi-konfirmasi, berbeda dengan lembaga donor konvensional yang perlu formalitas prosedur serah-terima.
Proses Cepat	Penyampaian atau pengiriman donasi yang terkirim dengan transaksi digital dianggap lebih cepat dibandingkan dengan lembaga donor konvensional sehingga penerima donasi bisa segera menerima dananya sesuai dengan batas waktu penggalangan dana yang telah ditentukan dan ini dianggap lebih efisien.

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

#### 4.2. Jangkauan Donasi

Temuan wawancara yang kedua adalah jangkauan donasi, terdapat dua kata kunci yang diidentifikasi sebagai jangkauan donasi, yaitu segmentasi donasi dan jangkauan geografis, yang mengacu pada sejauh mana *crowdfunding* menyediakan berbagai jenis pilihan penerima donasinya dan kemudahan yang didapatkan donatur dalam menyalurkan donasi hingga ke berbagai penjuru negeri hingga luar negeri.

Berdasarkan pernyataan dari pengalaman responden, platform *crowdfunding* menyediakan berbagai jenis pilihan sektor penyaluran donasi seperti untuk pendidikan, kesehatan, bantuan bencana alam hingga untuk pengobatan dan perawatan hewan. Jangkauan geografis menjadi alasan utama dalam kategori ini, donatur menyatakan bahwa mereka dapat membantu korban atau pengungsi di Palestina maupun membantu membangun masjid di Papua dibantu dengan perantara *crowdfunding* sehingga mereka tidak perlu biaya tambahan lagi selain donasi. Temuan ini didukung hasil penelitian Agrawal *et al* (2015) menemukan bahwa mekanisme daring dalam *crowdfunding* dapat mengurangi banyak biaya yang terkait dengan jarak geografis, berikut akan dijelaskan dalam Tabel 2.

**Tabel 2. Analisis Jangkauan Donasi**

Kata Kunci	Interpretasi
Segmentasi Donasi	Platform <i>crowdfunding</i> memiliki berbagai macam-macam pilihan penerima donasi dari berbagai usia, agama atau jenis kelamin, serta berdasarkan pada kebutuhan ekonomi, kesehatan, infrastruktur hingga donasi yang diperuntukkan bagi hewan.
Jangkaun Geografis	Donatur dapat menyalurkan donasi ke berbagai penjuru lokasi yang bahkan sulit untuk diakses jika harus donasi secara langsung seperti pembangunan masjid di Papua maupun penyaluran bantuan ke para pengungsi korban perang di Palestina.

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

#### 4.3. Fleksibilitas Donasi

Temuan wawancara yang ketiga adalah fleksibilitas donasi, terdapat dua kata kunci yang ditemukan dalam wawancara yang dapat dikategorikan sebagai fleksibilitas donasi pada platform *crowdfunding*, yaitu batas minimal dan kebebasan nominal.

Sejumlah responden terutama mereka yang mahasiswa menyatakan bahwa keputusan berdonasi menggunakan platform *crowdfunding* dipengaruhi batas minimal donasi karena berhubungan dengan kemampuan finansial yang belum mapan, responden menyepakati jika batas minimal sebesar sepuluh ribu masih bisa dianggap terjangkau. Selain itu, kebebasan nominal membuat donatur tidak terpaku dengan nominal yang telah ditentukan, rata-rata responden menyatakan bahwa mereka seringkali memberikan donasi dengan nominal yang rendah tapi dilakukan secara berkelanjutan atau memberikan pada banyak kampanye penggalangan dana. Temuan ini mendukung pendapat Kakuru (2008), yang menemukan bahwa UKM lebih menyukai periode pembayaran yang fleksibel atau, sebaliknya, mereka cenderung tidak meminta pinjaman semacam itu. Temuan ini didukung hasil penelitian Muslim dan Purwanto (2013) yang menyebutkan bahwa pembatasan pemberian dana berpengaruh positif terhadap jumlah donasi yang diberikan donatur, berikut akan dijelaskan dalam Tabel 3.

**Tabel 3. Analisis Fleksibilitas Donasi**

Kata Kunci	Interpretasi
Batas Minimal	Donatur memandang batas minimal yang rendah dalam nominal donasi yang diatur oleh platform sebagai faktor yang perlu diperhatikan, mengingat saldo keuangan yang dimiliki terutama pada responden mahasiswa yang belum mapan.
Kebebasan Nominal	Seringkali donatur lebih memilih berdonasi dengan jumlah sedikit tetapi dilakukan secara konstan dan berkelanjutan maupun yang diberikan kepada banyak sektor penggalang dana, hal tersebut membuat donatur tidak terbebani angka nominal yang ditentukan.

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

#### 4.4. Kredibilitas Platform

Temuan wawancara yang keempat adalah kredibilitas atau kepercayaan donatur dalam menyalurkan donasi melalui platform *crowdfunding*, terdapat dua kata kunci yang ditemukan dalam wawancara yang dapat menentukan kredibilitas platform *crowdfunding*, yaitu reputasi dan transparansi. Kredibilitas dapat dibangun melalui popularitas yang dimiliki sebuah platform serta transparansi laporan pengeluaran atau keuangan.

Berdasarkan pernyataan dari pengalaman responden, donatur pertama kali berusaha untuk mencoba berdonasi menggunakan *crowdfunding* dari rekomendasi temannya atau melihat *rating* peringkat aplikasinya dan komentar-komentar yang didapat oleh platform tersebut. Selain itu, kredibilitas dilihat dari kinerja keuangan transparansi laporan pengeluarannya maupun dokumentasi kegiatan donasinya. Temuan ini didukung hasil penelitian Debby *et al* (2019) yang menemukan bahwa pengakuan (*recognition*) memiliki pengaruh terhadap motivasi menggunakan *crowdfunding* pada masyarakat Indonesia, berikut akan dijelaskan dalam Tabel 4.

**Tabel 4. Analisis Kredibilitas Platform**

Kata Kunci	Interpretasi
Reputasi	Reputasi platform <i>crowdfunding</i> dibentuk dari popularitas dan rekomendasi dari pengguna sebelumnya baik dari lingkungan sosial sendiri seperti teman maupun <i>rating</i> yang diberikan terhadap platform tersebut.
Transparansi	Transparansi ditunjukkan publikasi laporan pengeluaran maupun ulasan dokumentasi dari kegiatan lapangan, kinerja keuangan yang baik pada platform <i>crowdfunding</i> merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi motivasi penyaluran donasi.

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

#### 4.5. Skema Pembayaran Alternatif

Temuan wawancara yang kelima adalah skema pembayaran alternatif yang dimiliki platform *crowdfunding*, terdapat tiga kata kunci yang ditemukan dalam wawancara mengenai tema skema pembayaran alternatif, yaitu metode pembayaran yang beragam, transaksi lewat *e-wallet* dan fitur zakat. Keunggulan sistem pembayaran pada platform *crowdfunding* dilihat dari keragaman jenis-jenis pembayarannya, terutama banyak responden yang memilih bertransaksi menggunakan *e-wallet* atau *mobile payment* karena kemudahan yang ditawarkan. Selain itu, temuan fitur zakat merupakan hal baru dalam bidang penelitian ini.

Peneliti menentukan kata kunci keragaman jenis-jenis pembayaran merupakan dorongan terhadap penggunaan *crowdfunding*. Di sisi lain, sebagian responden merasa bahwa berdonasi menggunakan platform *crowdfunding* dianggap rumit karena memiliki berbagai kolom biodata yang perlu diisi, sedangkan jika transaksi donasi menggunakan *e-wallet* yang sudah terhubung dengan *crowdfunding* donatur tidak perlu mengisi kolom biodata lagi, hal itu dianggap lebih ringkas. Temuan lain berupa platform menyediakan fitur zakat untuk membantu donatur dalam menghitung maupun menyalurkan zakat, donatur muslim menganggap bahwa zakat sifatnya lebih wajib dan diprioritaskan dibandingkan dengan donasi yang sifatnya sukarela, sehingga zakat akan lebih diutamakan. Temuan ini didukung hasil penelitian Niswah *et al* (2019) yang menyebutkan bahwa *e-wallet* lebih banyak digunakan dengan skor Go-Pay (28%) dan OVO (19%) untuk menyalurkan donasi dibandingkan menyalurkan donasi ke platform *crowdfunding* nya secara langsung dengan skor Kitabisa.com (16%), berikut akan dijelaskan dalam Tabel 5.

**Tabel 5. Skema Pembayaran Alternatif**

Kata Kunci	Interpretasi
Metode Pembayaran yang Beragam	Platform <i>crowdfunding</i> menyediakan berbagai macam metode pembayaran dari <i>virtual account</i> macam-macam bank hingga alternatif-alternatif lainnya seperti <i>e-point</i> dan <i>e-money</i> sehingga memudahkan donatur dalam mengatur keuangannya dan tidak banyak mengganggu keuangan di saldo rekening.
Transaksi <i>E-Wallet</i>	Pembayaran donasi lewat <i>e-wallet</i> atau <i>mobile payment</i> dianggap lebih mudah dan ringkas dibandingkan berdonasi melalui aplikasi atau <i>website</i> nya secara langsung sebab adanya keharusan mengisi kolom-kolom biodata yang dianggap rumit oleh donatur.
Fitur Zakat	Platform <i>crowdfunding</i> menyediakan fitur zakat untuk memudahkan penggunanya dalam menghitung dan menyalurkan zakat, karena zakat lebih wajib dan diprioritaskan oleh umat Islam dibandingkan donasi/sedekah yang sifatnya sukarela.

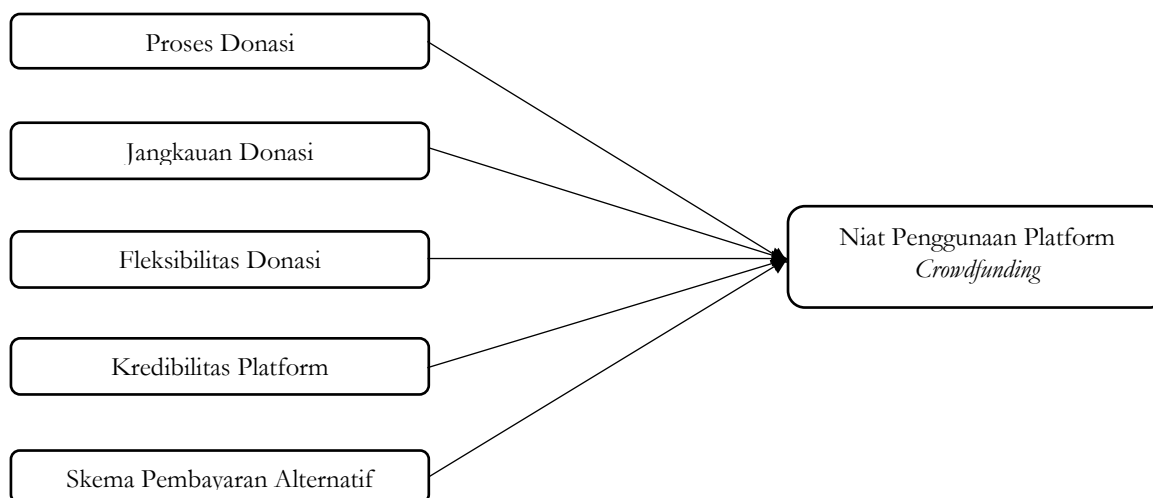
Sumber: Data Primer Diolah (2020)

#### 5. Pembahasan

Teori Technology Acceptance Model (TAM) menawarkan landasan untuk mempelajari penjelasan tentang perilaku penggunaan suatu teknologi digital, termasuk pula bisa dalam menjelaskan penggunaan platform *crowdfunding*. Berdasarkan analisis yang dilakukan, terdapat lima faktor yang mempengaruhi penggunaan



platform *crowdfunding* ditemukan dari pernyataan-pernyataan yang dilontarkan oleh responden, hal ini merupakan penjelasan lebih luas tentang faktor persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan pada sebuah platform. Di sisi lain, ketika responden menjelaskan faktor-faktor yang mereka anggap menarik, mereka mengaitkannya dengan latar belakang aktivitas berdonasi dan platform *crowdfunding* yang dipakai, sejauh ini responden hanya menyebutkan platform Kitabisa.com dan ACT.id. Oleh karena itu, preferensi masing-masing responden hanya berfokus pada dua platform tersebut. Selain itu, kelima faktor *crowdfunding* berdampak pada keputusan donatur untuk menggunakan platform tersebut sebagai alternatif metode penyaluran donasi.



Sumber: Data Primer Diolah (2020)

**Gambar 1. Analisis dan Interpretasi Penelitian**

Peneliti telah melakukan triangulasi dengan memberikan sumber sekunder yang selaras dengan temuan penelitian, hal ini digunakan untuk memperkuat hasil olahan data yang ditemukan. Terdapat satu tema yang kurang diperhatikan dalam penelitian sebelumnya yaitu fitur zakat yang dimiliki dalam platform *crowdfunding*. Amat sulit untuk mencari preferensi dukungan sumber sekunder, sehingga peneliti menempatkannya pada tabel skema pembayaran alternatif. Fitur zakat merupakan tambahan dalam platform *crowdfunding* yang bertujuan untuk memudahkan penggunaannya dalam menghitung zakat dan menyalurkannya kepada sasaran yang tepat.

## 6. Kesimpulan

Hasil Penelitian menunjukkan rata-rata responden memahami pengetahuan dasar terkait platform *crowdfunding*. Berdasarkan pengalaman responden, mereka tertarik menggunakan platform dipengaruhi oleh lima faktor yaitu proses donasi, jangkauan donasi, fleksibilitas donasi, kredibilitas platform dan skema pembayaran alternatif. Responden menjelaskan bahwa mereka tidak ragu menyalurkan donasi melalui *crowdfunding* didasarkan pada kredibilitas yang dimiliki oleh sebuah platform. Penelitian ini menemukan bahwa seluruh responden terbuka untuk menggunakan skema donasi platform *crowdfunding*, yang mana menawarkan temuan berdasarkan wawancara dengan perwakilan donatur muslim milenial. Temuan menunjukkan banyak donatur lebih tertarik pada pembiayaan yang bersifat kemanusiaan seperti untuk kesehatan, pendidikan dan bantuan bencana alam.

### Rekomendasi

Dalam penelitian selanjutnya akademisi bisa berfokus dari sudut pandang penggalang dana (*fundraiser*) dalam penggunaan platform crowdfunding. Keberadaan penggalang dana sangat penting di dalam ekosistem crowdfunding, penggalang dana akhir-akhir ini tumbuh subur dengan kampanye-kampanye yang beragam dari yang bersifat individu hingga yang membantu komunitas. Selain itu, peneliti bisa berfokus pada platform *crowdfunding* yang sifatnya investasi untuk mencari keuntungan, seperti sebagai penambahan biaya usaha. Pemerintah diharapkan turut aktif menyediakan produk-produk keuangan yang lebih inklusif seperti pemanfaatan *fintech* yang dapat menjangkau banyak masyarakat. Platform *crowdfunding* dapat menjadi contoh yang mengarah pada *sharing economy*, agaknya *crowdfunding* dapat dimaksimalkan oleh pemerintah tidak hanya untuk amal, tetapi bisa untuk peningkatan pembiayaan modal bagi UMKM karena mereka lebih sulit dalam mengakses keuangan dibandingkan perusahaan-perusahaan besar. Butuh usaha sungguh-sungguh antara pembuat kebijakan, akademisi, praktisi dan masyarakat dalam mewujudkannya.

### Keterbatasan

Adapun keterbatasan penelitian, penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif sehingga tidak bisa merepresentasikan data lapangan yang dapat dilihat permukaannya saja. Deskriptif kualitatif membahas penggalian informasi yang mendalam untuk mengetahui sebab-sebab sebuah fenomena sosial yang tidak tampak dipermukaan. Meskipun demikian penelitian ini dapat menambah wawasan teoritis mengenai platform *crowdfunding* untuk donasi amal.

### Daftar Pustaka

- Agrawal, A. K., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2015). Crowdfunding: Geography, social networks, and the timing of investment decisions. *Journal of Economics and Management Strategy*, 24(2), 253-274. <https://doi.org/10.1111/jems.12093>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018. (2019). <https://apji.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>
- Bank Indonesia. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggara Teknologi Finansial. (2017). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135776/peraturan-bi-no-1912pbi2017-tahun-2017>
- Bouncken, R. B., Komorek, M., & Kraus, S. (2015). Crowdfunding: The current state of research. *International Journal of Economic and Business Research*, 4(3), 407-416. <https://doi.org/10.19030/iber.v14i3.9206>
- Charities Aid Foundation. The CAF World Giving Index (9th ed). (2018). <https://www.cafonline.org/about-us/publications/2018-publications/caf-world-giving-index-2018>
- \_\_\_\_\_. The CAF World Giving Index. (10th ed). (2019). <https://www.cafonline.org/about-us/publications/2019-publications/caf-world-giving-index-10th-edition>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Management Information Systems Research Center*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/24900>
- Debby, T., Purwanegara, M. S., & Aprianingsih, A. (2019). A preliminary study on the motivation of funders for crowdfunding. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(3), 242-251. <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.3.242>
- Ghozali, I. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Yoda Pratama.
- Hadad, M. D. (2017). Financial Technology (Fintech) di Indonesia. *Paper Presentasi disajikan pada Kuliah Umum tentang Fintech*, Indonesia Banking School, Jakarta.
- Helal, G., & Ozuem, W. (2019). Social media and social identity in the millennial generation”. *Leveraging Computer-Mediated Marketing Environments*, 43-82. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7344-9.ch003>

- Langley, P. (2016). Crowdfunding in the United Kingdom: A cultural economy. *Economic Geography*, 92(3), 301-321. <https://doi.org/10.1080/00130095.2015.1133233>
- Kasali, R. (2017). *Disruption*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kashif, M., Jamal, K. F., & Rehman, M. A. (2018). The dynamics of zakat donation experience among muslims: A phenomenological inquiry. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 9(1), 45-58. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2016-0006>
- Mannheim, K. (1952). *Essays on the sociology of knowledge*. Oxford, UK: Oxford University Press. Retrieved from <https://doi.org/10.5840/thought195328264>
- Mason, J. (2002). *Qualitative researching* (2nd ed). London: SAGE Publications.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
- Muslim, A., & Purwanto, A. (2013). Pengaruh efisiensi keuangan dan pembatasan pemberian dana pada jumlah donasi individual. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(3), 1-11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/3372>
- Niswah, F. M., Mutmainah, L., & Legowati, D. A. (2019). Muslim millennial's intention of donating for charity using fintech platform. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 623-644. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i3.1080>
- Pew Research Center. The Future of the Global Muslim Population, Projections for 2010-2030. (2011). <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/11/2011/01/FutureGlobalMuslimPopulation-WebPDF-Feb10.pdf>
- Rosavina, M., Rahadi, R. A., Kitri, M. L., Nuraeni, S., & Mayangsari, L. (2019). P2P lending adoption by SMEs in Indonesia. *Qualitative Research in Financial Markets*, 11(2), 260-279. <https://doi.org/10.1108/QRFM-09-2018-0103>
- Wilson, J. (2017). *Creating Strategic Value Through Financial Technology* (1st ed). Hoboken, New Jersey: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119318682>
- We Are Social. Digital 2019 Indonesia. (2019). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019>
- Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204. [https://econpapers.repec.org/article/inmormnsc/v\\_3a46\\_3ay\\_3a2000\\_3ai\\_3a2\\_3ap\\_3a186-204.htm](https://econpapers.repec.org/article/inmormnsc/v_3a46_3ay_3a2000_3ai_3a2_3ap_3a186-204.htm)