



JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer dan Sistem Informasi)

JTKSI, Volume 6, Nomor 01, Januari 2023

E ISSN: 2620-3030; P ISSN: 2620-3022, pp.1-7

Accredited SINTA 4 Nomor 200/M/KPT/2020

<http://ojs.stmikpringsewu.ac.id/index.php/jtksi>

Received: 12 Juni 2022; Revised: 29 September 2022; Accepted: 3 Januari 2023

Analisis Pengaruh Crowdfunding Pada Platform Aplikasi Teknologi [Kitabisa.com](http://kitabisa.com) Terhadap Masyarakat Indonesia Menggunakan Metode SEM

Eric Pranata¹, Syifa Nur Islami², Sugianto³, Said Teguh⁴, Junaidi⁵

^{1,2,3,4,5}Prodi Sistem Informasi, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

^{1,2,3,4,5}Jl. Gajah Mada, Baloi-Sei Ladi, Batam 29426, Indonesia

E-mail: ericpranata@gmail.com¹, syiipaatur@gmail.com², sugiantoo454@gmail.com³,
satepudhan201101@gmail.com⁴, junaidi_200011@yahoo.co.id⁵

Abstrak

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) membawa dampak besar bagi platform penggalangan dana berbasis *online* (*crowdfunding*) seperti *kitabisa.com* dalam memudahkan seseorang berupa donasi melalui sistem berbasis *online*. Penelitian ini dapat dikemukakan gagasan dalam upaya dalam mengembangkan *civic engagement* masyarakat terhadap seseorang yang sedang kesusahan dalam memenuhi dana untuk kebutuhan pokok. Penelitian yang akan kamu lakukan yaitu kuantitatif dan data yang diperoleh berasal dari hasil survey *online* melalui *google form*. Subjek penelitian ini untuk mencari para-para donator pada situs *kitabisa.com* diseluruh Indonesia untuk mengumpulkan data dari responden sebanyak 300 responden yang terlibat pada penelitian ini. Analisis yang akan kami gunakan adalah metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *software* SPSS AMOS. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi seluruh masyarakat Indonesia terkait penggalangan dana *online*, situs *kitabisa.com* sangat baik dalam hal pemakaian karena sangat mudah sekali dipakai dalam hal melakukan donasi. Bertambahnya jumlah para donator dari waktu ke waktu semakin banyak juga yang melakukan donasi di *platform* penggalangan dana dikarenakan sangat memudahkan dalam melakukan donasi. Dampak *crowdfunding* terhadap seluruh masyarakat adalah sebagai donator harus mempunyai kelima indikator dari perilaku prososial yaitu berbagi, membantu, menyumbang, kooperatif, dan kejujuran. Kegiatan yang dilakukan oleh seluruh masyarakat Indonesia setelah menjadi partisipan *platform crowdfunding* memiliki relasi yang baik dalam bentuk *civic engagement*. Metode yang tepat dalam mengatasi permasalahan sosial pada masa kini yaitu dengan cara mengembangkan *civic engagement* melalui *crowdfunding*.

Kata Kunci: Teknologi, Platform, Penggalangan Dana

Abstract

The development of science and technology as had a major impact on online-based fundraising platforms (*crowdfunding*) such as *kitabisa.com* in making it easier for someone to make donations through an online-based system. This research can put forward ideas in an effort to develop community involvement for someone who is facing funds for basic needs. The research that we did is using quantitative method and the response data that we got it from survey *google form*. This research subject purposes is to find donators on *kitabisa.com* website for getting data about 300 responses that got involved with this research. We used *Structural Equation Modeling* (SEM) and *SPSS AMOS* software for our analytical method. In this research, we found that the perception of Indonesia society with the involvement of raising funds online, *kitabisa.com* website is easy and good for fundraising usage for a donation. Fundraising platform *kitabisa.com* has proved that when technology is getting more advanced the donators is increased as well from time to time of using this fund raising platform due to its easy use for donation. The effect of *crowdfunding* on all society of the Indonesia as donators must have five indicators form prosocial after they participate on the *crowdfunding* platform have good relation in form of *civic engagement*. The method that is right for this crack this social problem this times by developing *civic engagement* through *crowdfunding*.

Keywords: Technology, Platform, Crowdfunding

I. PENDAHULUAN

Dunia sekarang dengan dunia kemaren sangatlah berbeda. Munculnya internet dan teknologi digital

mempengaruhi kehidupan sosial sekarang. Kegiatan penggalangan dana dari masyarakat Indonesia maupun kelompok organisasi atau dilebih dikenal dengan

sebutan *crowdfunding* merupakan salah satu kegiatan yang lebih memanfaatkan teknologi digital dan internet dalam kemudahan melakukan berdonasi berbasis *online*. Dengan adanya penggalangan dana berbasis *online* menggunakan sistem *crowdfunding* dapat menarik perhatian masyarakat Indonesia dengan menggunakan fitur-fitur yang mudah digunakan untuk melakukan donasi *online*. (Hardjosubroto et al., 2021).

Menurut ((Warapsari & Campaign, 2020) pada zaman sekarang ini internet sudah banyak membantu para *campaigners* dalam membantu mengumpulkan donasi untuk orang yang membutuhkan dalam bentuk *online* untuk mencari uang tambahan dari yang mereka lakukan secara *offline* penggalangan dana ini dapat dimanfaatkan dengan menyebarkan informasi mengenai informasi kegiatan. Para *campaigners* melalui *platform online* membutuhkan bantuan masyarakat Indonesia secara *offline* dikarenakan masyarakat Indonesia lebih memilih berdonasi secara *online* bila mereka mempercayai para *campaigners*. Dengan secara tidak langsung sebuah komunitas dapat membangun relasi yang kuat dan meningkatkan kemauan masyarakat Indonesia untuk melakukan berdonasi berbasis *online*.

Hasil dari studi menemukan bahwa perkembangan gerakan *crowdfunding* di Indonesia sedang dijalar yang benar. Membantu satu sama lain dalam bentuk partisipasi sosial berbasis informasi dan komunikasi dapat membantu meningkatkan nilai-nilai solidaritas sosial yang melibatkan seluruh masyarakat Indonesia. Jejering sosial dan interaktivitas dalam dunia maya dapat menghubungkan inovasi teknologi dalam mengembangkan *platform* penggalangan dana yang lebih modern. (Sidiq et al., 2021).

Setiap media sosial memiliki tujuannya masing-masing dalam penggunaan, Twitter sangat banyak yang mengalami kendala, tetapi banyak sekali pengguna memposting kejadian untuk membuat halaman penggalangan dananya menjadi hal-hal yang sedang trending. Konten foto sangat sulit untuk membedakannya dikarenakan angle-nya yang sangat tidak bagus dimata. Semua orang memperlakukan semua media sosial berbeda-beda. Karena pengikut disetiap media sosial sangat berbeda dalam hal paling viral di sosial media. Untuk line pengguna lebih berfokus pada anak-anak dan mahasiswa, kalau untuk facebook lebih berfokus pada cerita-cerita yang lebih inspiratif untuk membangun seseorang (Hidayanto & Kartosapetro, 2020).

Penyelesaian masalah ini akan kami tentukan dalam hasil analisa kami melalui kuesioner. Adapun tujuan kami melakukan kuesioner. Adapun tujuan kami melakukan penelitian mengenai *crowdfunding* terhadap masyarakat untuk mengetahui pendapat mereka masing-masing dari berbagai pengetahuan dan pengalaman yang berbeda sehingga kami dapat menyimpulkan hasil penelitian ini. Manfaat penelitian ini untuk mengurangi peluang kejadian masalah yang sama dan memberikan mereka kesadaran terhadap program *crowdfunding* sehingga dapat meningkatkan kualitas yang baik untuk kedepannya.

II. LITERATURE REVIEW

Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian (Fitriana & Hamdan, 2021) teknologi pada masa ini

mengalami perkembangan yang sangat pesat, dalam membentuk inovasi dibidang teknologi, salah satunya adalah *platform* penggalangan dana (*crowdfunding*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *platform* penggalangan dana berbasis *online* seperti kitabisa.com metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari responden sebanyak 145 orang dengan menggunakan analisis statistic berupa SEM-PLS. *Platform* penggalangan dana kitabisa.com berpengaruh positif terhadap para donator dan signifikan terhadap keputusan berdonasi.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian (Ali & Salomo, 2021) penelitian ini berfokus pada factor-faktor yang terkait dengan efektifis informasi yang berasal dari pemerintah dan keputusan donor setelah adanya informasi bantuan sosial oleh Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bantuan sosial informasi yang diberikan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk keputusan donor untuk *crowdfunding* di Indonesia. Penelitian ini mengumpulkan data sebanyak mungkin, penelitian ini merupakan data primer, pengumpulan penelitian dengan memberikan pertanyaan secara *online* yang diambil sebanyak 200 responden diberbagai tempat di Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa informasi bantuan sosial yang diberikan oleh Non-Pemerintah Organisasi (LSM) memiliki efek positif pada keputusan donor untuk penggalangan dana di Indonesia.

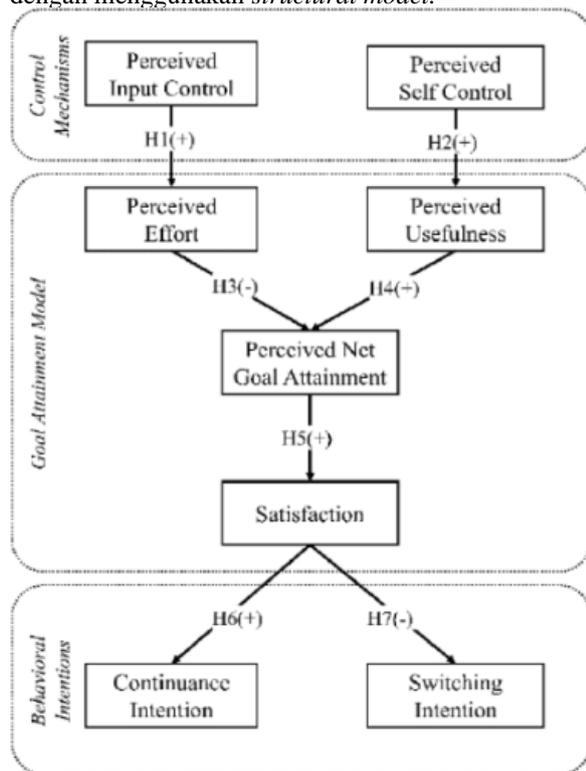
Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian (Sulaeman & Ninglasari, 2020) *platform online* sebagai perantara antara Muslim *crowdfunder* dan UMKM memberikan layanan pembiayaan bagi UMKM untuk melawan apapun situasi/pandemik seperti *COVID-19* saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menguji niat perilaku dari *crowdfunders* muslim untuk menggunakan model *platform crowdfunding* berbasis zakat. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan oleh menggunakan kuesioner survei *online*, kemudian analisis dengan menggunakan kuesioner survei *online*, kemudian analisis dengan menggunakan Partial Least Kuadrat (PLS) regresi. Penelitian ini akan memberikan kontribusi untuk literature yang ada, terutama tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi zakat berbasis model *platform crowdfunding*.

Penelitian ini adalah penelitian yang berfokus pada penerapan *crowdfunding* dalam bentuk bantuan sosial berbasis *online* bagi seluruh rakyat Indonesia ide penerapan *platform crowdfunding* sebagai bantuan sosial sesuai dengan penelitian (Ali & Salomo, 2021) dan (Sulaeman & Ninglasari, 2020). Menggunakan metode kuantitatif serta analisis menggunakan SEM sesuai dengan penelitian (Fitriana & Hamdan, 2021).

III. METHODS

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian *Structrual Equation Modeling* (SEM) dengan *software Amos*. Model tersebut memiliki variabel independent yaitu kontrol input yang dirasakan, kontrol diri yang dirasakan, upaya yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan,

pencapaian tujuan bersih yang dirasakan, pencapaian tujuan kepuasan, niat kelanjutan, niat beralih. Pengujian ini akan menguji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan *structural model*.



Gambar 1. Research Model

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: kontrol input yang dirasakan memiliki efek positif pada upaya yang dirasakan komplementer.

H2: kontrol diri yang dirasakan memiliki efek positif pada kegunaan yang dirasakan komplementer.

H3: upaya yang dirasakan memiliki efek negatif pada pencapaian tujuan bersih yang dirasakan pelengkap.

H4: kegunaan yang dirasakan memiliki efek positif pada pencapaian tujuan bersih yang dirasakan lengkap.

H5: pencapaian tujuan bersih yang dirasakan memiliki efek positif pada kepuasan pelengkap.

H6: kepuasan memiliki efek positif pada niat kelanjutan pelengkap.

H7: kepuasan memiliki efek negatif pada niat beralih pelengkap.

Definisi operasional variabel yang digunakan untuk mengembangkan instrument penelitian ini yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Data Karakteristik Demografi Responden

Variable	Indikator
Kontrol input yang dirasakan1	Membebani saya untuk mematuhi semua persyaratan untuk mempublikasikan kampanye di <i>platform crowdfunding</i>

Kontrol input yang dirasakan2	Secara keseluruhan <i>platform crowdfunding</i> menetapkan kriteria formal yang ketat untuk publikasi.
Kontrol input yang dirasakan3	Penerbitan kampanye di <i>platform crowdfunding</i> tunduk pada proses penyaringan yang ketat.
Kontrol input yang dirasakan4	Menurut saya, sulit untuk mempublikasikan kampanye di <i>platform crowdfunding</i> .
Kontrol diri yang dirasakan1	Saya mengelola sendiri aktivitas kampanye saya di <i>platform crowdfunding</i> .
Kontrol diri yang dirasakan2	Saya menetapkan sasaran khusus untuk kampanye saya tanpa melibatkan <i>platform crowdfunding</i>
Kontrol diri yang dirasakan3	Saya menentukan prosedur khusus untuk kegiatan kampanye saya tanpa melibatkan <i>platform crowdfunding</i> .
Usaha yang dirasakan 1	Saat memublikasikan kampanye di <i>platform crowdfunding</i> , mematuhi persyaratan publikasi membutuhkan waktu.
Usaha yang dirasakan 2	Saat menerbitkan kampanye di <i>platform crowdfunding</i> , sesuai dengan publikasi persyaratan yang memberatkan bagi saya.
Usaha yang dirasakan 3	Saat memublikasikan kampanye di <i>platform crowdfunding</i> , sesuai dengan publikasi persyaratan mahal bagi saya.
Usaha yang dirasakan 4	Saat memublikasikan kampanye di <i>platform crowdfunding</i> , sesuai dengan publikasi persyaratan adalah usaha bagi saya.
Kegunaan yang dirasakan 1	Saya yakin <i>platform crowdfunding</i> dapat membantu saya mendapatkan dana untuk kampanye.
Kegunaan yang dirasakan 2	<i>Platform crowdfunding</i> membantu mengumpulkan dana untuk kampanye.
Kegunaan yang dirasakan 3	<i>Platform crowdfunding</i> meningkatkan produktivitas saya dalam mendapatkan dana untuk kampanye.
Kegunaan yang dirasakan 4	Menggunakan <i>platform crowdfunding</i> meningkatkan peluang saya mendapatkan dana untuk kampanye
Pencapaian tujuan bersih yang dirasakan1	Menerbitkan di <i>platform crowdfunding</i> sepadan dengan usaha.
Pencapaian tujuan bersih yang dirasakan2	Dengan menerbitkan kampanye di <i>platform crowdfunding</i> menjamin upaya tersebut.

Pencapaian tujuan bersih yang dirasakan3	Hasil kampanye penerbitan di <i>platform crowdfunding</i> sepadan dengan waktu yang diinvestasikan.
Pencapaian tujuan bersih yang dirasakan4	Nilai yang diterima dari kampanye yang dipublikasikan di <i>platform crowdfunding</i> membenarkan upaya saya.
Kepuasan 1	Saat menerbitkan kampanye di <i>platform crowdfunding</i> , saya menemukan pengalaman yang menarik.
Kepuasan 2	Saat menerbitkan kampanye di <i>platform crowdfunding</i> , menurut saya pengalaman itu menyenangkan.
Kepuasan 3	Saat mempublikasikan kampanye di <i>platform crowdfunding</i> , saya menemukan pengalaman yang menyenangkan.
Niat kelanjutan1	Kemungkinan saya akan menerbitkan kampanye lain di <i>platform crowdfunding</i> .
Niat kelanjutan2	Mungkin saya akan menerbitkan kampanye lain di <i>platform crowdfunding</i> .
Niat kelanjutan3	Kemungkinan saya akan mempublikasikan di <i>platform crowdfunding</i> .
Niat beralih 1	Saya berniat untuk beralih ke <i>platform</i> lain dalam waktu dekat.
Niat beralih 2	Saya berencana untuk beralih ke <i>platform</i> lain dalam waktu yang dekat.
Niat beralih 3	Saya memperkirakan saya akan beralih ke <i>platform</i> lain dalam waktu yang dekat.

Metode analisis yang akan digunakan menggunakan SPSS dan AMOS dengan analisis SEM. Untuk menguji model penelitian dan hipotesis tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi antededen niat dukungan dalam platform penggalangan dana (Khofifah et al., 2021). Penelitian ini menguji apakah variabel atau model yang terdapat dalam teori sesuai dengan data yang sebenarnya (Baskoro & Karmanto, 2020).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

Jumlah responden yang didapatkan dan akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 300 orang yang dapat menunjukkan beberapa karakteristik sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden

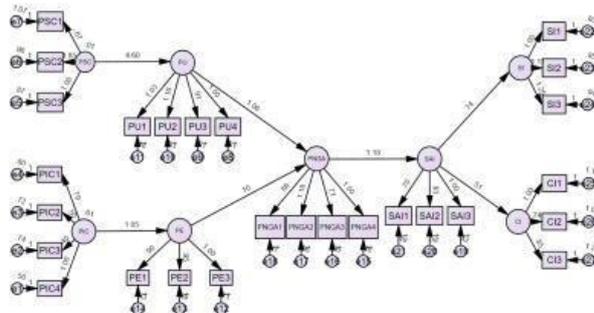
Kategori	Karakteristik	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	195	65.00%
	Perempuan	105	35.00%
Umur	15 - 20 tahun	49	16.30%
	21 - 25 tahun	196	65.30%
	26 - 30 tahun	40	13.30%
	>30 tahun	15	5.00%
Asal Daerah	Jawa	51	17.00%
	Kalimantan	22	7.30%
	Sulawesi	24	8.00%
	Sumatera	195	65.00%
	Papua	8	2.70%
Pernah melakukan donasi melalui sebuah aplikasi seperti Kitabisa.com Donasibarang.	Pernah	254	84.60%
	Tidak	46	15.40%

Data karakteristik demografi responden yang telah diperoleh ditunjukkan pada table 4.1 diatas. Pada tabel tersebut, diketahui bahwa responden di dominasi oleh orang yang berusia 21-25 tahun dengan total 196 orang (65.3%). Menurut jenis kelamin, responden yang dominan adalah berasal dari sumatera sebanyak 195 orang (65%) kemudian, responden yang pernah melakukan donasi melalui sebuah aplikasi seperti Kitabisa.com sebanyak 254 orang (84.6%).

Tabel 3. Validitas dan Reliabilitas Konvergen

Variable	Code	Mean	Loading Factor	AVE	Cronbach's alpha
Perceived Input Control	PIC1	3.59	0.731	0.692	0.644
	PIC2	3.56	0.699		
	PIC3	3.58	0.576		
	PIC4	3.34	0.765		
Perceived Self Control	PSC1	3.65	0.708	0.689	0.45
	PSC2	3.62	0.745		
	PSC3	3.57	0.614		
Perceived Effort	PE1	3.57	0.784	0.809	0.737
	PE2	3.25	0.812		
	PE3	3.37	0.832		
Perceived Usefulness	PU1	4.23	0.69	0.694	0.642
	PU2	4.04	0.717		
	PU3	4.09	0.678		
	PU4	4.1	0.693		
Perceived net goal attainment	PNGA1	4.29	0.64	0.671	0.593
	PNGA2	4	0.716		
	PNGA3	3.93	0.633		
	PNGA4	4.01	0.696		
Satisfaction	SAT1	4.13	0.718	0.744	0.595
	SAT2	4.04	0.748		
	SAT3	4.06	0.766		
Continuance Intention	CI1	3.57	0.805	0.799	0.717
	CI2	3.69	0.799		
	CI3	3.51	0.795		
Switching Intention	SI1	3.93	0.694	0.752	0.618
	SI2	3.79	0.771		
	SI3	3.75	0.791		

Tabel diatas merupakan pengujian dalam pengukuran validitas dan reabilitas yang berfungsi untuk mengetahui kestabilan nilai dari variabel dalam penelitian ini (Irawan et al., 2022). Pengukuran validitas akan valid jika nilai dari AVE lebih dari sama dengan 0,5 dan pengujian reabilitas suatu variabel akan dikatakan valid jika nilai dari Cronbach's alpha lebih dari 0.6 (Nasafi, 2020). Dari tabel diatas, diketahui bahwa seluruh dari nilai AVE lebih dari 0.5 sehingga semua nilai dari variabel konvergen. Diketahui juga bahwa hasil dari nilai Cronbach's alpha tersebut lebih dari 0.6 yang artinya nilai dari setiap variabel pada diatas dapat dipercaya (Sulaiman et al., 2021)



Gambar 2. Structural Model

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Jalur	PC	T-Stat Value	P-Value	Hasil
H1	Perceived Input Control → Perceived Effort	1.05	9.414	0	Positive
H2	Perceived Self Control → Perceived Usefulness	4.6	1.451	0.147	Positive
H3	Perceived Effort → Perceived net goal attainment	0.1	2.971	0.03	Positive
H4	Perceived Usefulness → Perceived net goal attainment	1.06	6.847	0	Positive
H5	Perceived net goal attainment → Satisfaction	1.18	7.619	0	Positive
H6	Satisfaction → Continuance Intention	0.74	3.715	0	Positive
H7	Satisfaction → Para-Switching Intention	0.51	5.849	0.003	Positive

Hasil uji hipotesis ditunjukkan pada tabel 4.3, diketahui bahwa hipotesis 1 sampai dengan hipotesis 7 memberikan pengaruh yang positif dan signifikan dikarenakan nilai T-statistik pada hipotesis-hipotesis

tersebut lebih dari 1.96, nilai p kurang dari 0.5 dan nilai β lebih dari -1. *Perceived input control* memiliki pengaruh signifikan yang positif pada *Perceived Effort* ($\beta = 1.05$), *Perceived self-control* memiliki pengaruh signifikan yang positif pada *Perceived Usefulness* ($\beta = 4.60$), *Perceived Effort* memiliki pengaruh signifikan positif pada *Perceived net goal attainment* ($\beta = 0.10$), *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh signifikan yang positif pada *Perceived net goal attainment* ($\beta = 1.06$), *Perceived net goal attainment* memiliki pengaruh signifikan yang positif pada *Satisfaction* ($\beta = 1.18$), *Satisfaction* memiliki pengaruh signifikan yang positif pada *Continuance Intention* ($\beta = 0.74$), yang terakhir *Satisfaction* memiliki pengaruh signifikan yang positif pada *Para-Switching Intention* ($\beta = 0.51$) (Aji et al., 2021).

B. PEMBAHASAN

Didalam penelitian ini kontrol input yang dirasakan berpengaruh positif terhadap usaha yang dirasakan. Hal ini ditunjukkan oleh kontrol input yang dirasakan yang dihubungkan dengan usaha yang dirasakan menunjukkan nilai *PC* sebesar 1.05 dan *P-Value* sebesar 0. Hasil dari tabel diatas dapat dibuktikan bahwa hipotesis pertama disetujui dikarenakan data *PC* bernilai 1.05 yang bernilai positif dan *P-Value* sebesar 0.03 dimana bisa disimpulkan *P-Value* kurang dari 5%.

Menurut (Wahyuningsih et al., 2021) dalam sebuah website dapat dirancang dengan semenarik dan seketat mungkin agar dapat menjamin keamanan kepada penggunaannya untuk meningkatkan trend positif terhadap *platform* penggalangan dana, agar para pengguna lebih percaya lagi kepada *platform* yang akan mereka gunakan.

Didalam penelitian ini kontrol diri yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan. Hal ini ditunjukkan oleh kontrol diri yang dirasakan yang dihubungkan dengan kegunaan yang dirasakan menunjukkan nilai *PC* sebesar 4.6 dan *P-Value* sebesar 0.147 hasil dari tabel diatas dapat dibuktikan bahwa hipotesis kedua disetujui dikarenakan data *PC* bernilai 4.6 yang bernilai positif dan *P-Value* sebesar 0.147 dimana bisa disimpulkan *P-Value* kurang dari 5%.

Menurut (Regner & Crosetto, 2021) dalam pengelolaan kampanye dalam *platform* penggalangan dana sangat menarik karena dapat menentukan target dalam mengumpulkan dana agar bisa tahu seberapa jauh pengumpulan dana mereka. Menunjukkan bahwa *Perceived self-control* bisa meningkatkan kemauan seseorang dalam menggunakan website Kitabisa.com.

Didalam penelitian ini upaya yang dirasakan berpengaruh positif terhadap pencapaian tujuan bersih yang dirasakan. Hal ini ditunjukkan oleh upaya yang dirasakan yang dihubungkan dengan pencapaian tujuan bersih yang dirasakan menunjukkan nilai *PC* 0.1 dan *P-Value* sebesar 0.03. hasil dari tabel diatas dapat dibuktikan bahwa hipotesis ketiga disetujui dikarenakan data *PC*

bernilai 0.1 yang bernilai positif dan *P-Value* sebesar 0.03 dimana bisa disimpulkan *P-Value* kurang dari 5%.

Menurut (Pataropura, 2022) menemukan kelemahan dalam sistem penggalangan dana yaitu penggalangan dana harus mengunjungi tempat lokasi sehingga prosesnya lambat, pencarian data donatur memakan banyak waktu karena data donor direkam satu per satu dan risiko kehilangan dan ketidakakuratan data karena hanya direkam. Perlu untuk mengubah sistem menjadi mengidentifikasi kebutuhan sistem yang ada.

Didalam penelitian ini kegunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap pencapaian tujuan bersih yang dirasakan. Hal ini ditunjukkan oleh kegunaan yang dirasakan yang dihubungkan dengan pencapaian tujuan bersih yang dirasakan menunjukkan nilai *PC* sebesar 1.06 dan *P-Value* sebesar 0. Hasil dari tabel diatas dapat dibuktikan bahwa hipotesis keempat disetujui dikarenakan data *PC* bernilai 1.06 yang bernilai positif dan *P-Value* sebesar 0 dimana bisa disimpulkan *P-Value* kurang dari 5%.

Menurut (Baber, 2020) bahwa daya tarik rasional lebih efektif dalam menghasilkan dana daripada emosional daya tarik namun daya tarik emosional lebih sering digunakan oleh proyek. Proyek yang menggunakan daya tarik rasional dapat menghasilkan lebih banyak dana dan presentase yang lebih tinggi dari tujuan pendanaan.

Didalam penelitian ini pencapaian tujuan bersih yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Hal ini ditunjukkan oleh pencapaian tujuan bersih yang dirasakan yang dihubungkan dengan kepuasan menunjukkan nilai *PC* sebesar 1.18 dan *P-Value* sebesar 0. Hasil dari tabel diatas dapat dibuktikan bahwa hipotesis kelima disetujui dikarenakan data *PC* bernilai 1.18 yang bernilai positif dan *P-Value* sebesar 0 dimana bisa disimpulkan *P-Value* kurang dari 5%.

Menurut (Utami & Slamet, 2021) kepuasan konsumen adalah faktor kunci yang mendorong ketika layanan melebihi harapan pengguna. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respon emosional secara keseluruhan pengalaman pengguna setelah melakukan donasi. Kesuksesan *startup* karena ketidakpuasan dengan layanan menimbulkan keluhan yang dapat merugikan sebuah *startup business*.

Didalam penelitian ini kepuasan berpengaruh positif terhadap niat beralih. Hal ini ditunjukkan oleh kepuasan yang dihubungkan dengan niat beralih menunjukkan nilai *PC* sebesar 0.51 dan *P-Value* sebesar 0.003. Hasil dari tabel diatas dapat dibuktikan bahwa hipotesis ketujuh disetujui dikarenakan data *PC* bernilai 0.51 yang bernilai positif dan *P-Value* sebesar 0.003 dimana bisa disimpulkan *P-Value* kurang dari 5%.

Menurut (Kenang & Gosal, 2021) ketidakpuasan dalam menggunakan sebuah platform penggalangan dana dapat mengakibatkan pengguna akan berpindah ke platform lain dikarenakan platform lain memiliki kemudahan dalam akses dll. jadi fitur fitur dalam aplikasi itu sangat penting sekali karena pengguna akan merasa sangat nyaman di saat menggunakan platform tersebut.

V. CONCLUSION

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak rakyat Indonesia menggunakan *platform* penggalangan dana untuk melakukan donasi untuk orang yang membutuhkan. Penggalangan dana perlu dikembangkan lebih lanjut agar tidak hanya menjadi wahana pendanaan baru yang potensial untuk seluruh rakyat Indonesia. Model tersebut memiliki variabel independent yaitu kontrol input yang dirasakan, kontrol diri yang dirasakan, usaha yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, pencapaian tujuan bersih yang dirasakan, kepuasan, niat kelanjutan, niat beralih. Pengujian ini akan menguji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan *structural model*. Penelitian ini dilakukan berdasarkan pengumpulan data melalui *google form*, *online survey* untuk seluruh rakyat Indonesia mencapai sekitar 300 orang. Hasil dari penelitian kami berupa *platform crowdfunding* yang dapat membantu orang-orang yang membutuhkan yang ada diseluruh Indonesia.

REFERENCES

- [1] Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: an insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1), 1–20. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0136>
- [2] Ali, H., & Salomo, R. V. (2021). Factors and Effect of Social Assistance Information to Donor Decision for NGO Crowdfunding in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 3099–3113. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.2028>
- [3] Baber, H. (2020). Secrets of successful crowdfunding campaigns. *Advances in Business Related Scientific Research Journal*, 11(2), 17–30.
- [4] Baskoro, B. D., & Karmanto, G. D. (2020). Intensi Masyarakat Dalam Menyalurkan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah (Zis) Melalui Penggunaan Platform Crowdfunding. *Point*, 2(2), 95–109. <https://doi.org/10.46918/point.v2i2.748>
- [5] Fitriana, N. Della, & Hamdan, H. (2021). Pengaruh E-Product Knowledge, E-Social Influence, Dan E-Trust Terhadap Keputusan Berdonasi Di Aplikasi Kitabisa. Com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 271–286.
- [6] Hardjosubroto, R., Rahardja, U., Anggraini, N.,

- & Yestina, W. (2021). Penggalangan Dana Digital Untuk Yayasan Disabilitas Melalui Produk UMKM Di Era 4.0. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.34306/adimas.v1i1.229>
- [7] Hidayanto, S., & Kartosapetro, I. S. (2020). Strategi Digital Branding pada Startup Social Crowdfunding. *Komunikatif*, 9(1), 19–33.
- [8] Irawan, D., Puspitasari, A. A., Wibawani, S., & Astuti, W. (2022). Persepsi Keamanan , Kepercayaan , dan Akuntabilitas Perusahaan Terhadap Niat Berdonasi Melalui Fintech Crowdfunding. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 73–89.
- [9] Kenang, I. H., & Gosal, G. (2021). Factors Affecting Online Donation Intention in Donation-based Crowdfunding. *The Winners*, 22(2), 97–104. <https://doi.org/10.21512/tw.v22i2.7101>
- [10] Khofifah, S., Theresiawati, & Widi, I. W. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Website Crowd Funding. *Matrik*, 23(2), 168–181.
- [11] Nasafi, F. (2020). Factors Affecting Society Intention to Use the Equity Crowdfunding Platform. *International Journal of Emerging Trends in Engineering Research*, 8(6), 2245–2248. <https://doi.org/10.30534/ijeter/2020/06862020>
- [12] Pataropura, A. (2022). Online Crowd Funding Platform Information System. *JURNAL ALGOR*, 3(2), 44–51.
- [13] Regner, T., & Crosetto, P. (2021). The long-term effects of self pledging in reward crowdfunding. *Technological Forecasting and Social Change*, 165(628902), 1–23. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120514>
- [14] Sidiq, R. S. S., Jalil, A., Willya, R., & Achmad, W. (2021). Virtual World Solidarity: How Social Solidarity is Built on the Crowdfunding Platform Kitabisa.com. *Webology*, 18(1), 192–202. <https://doi.org/10.14704/WEB/V18I1/WEB18083>
- [15] Sulaeman, S., & Ninglasari, S. Y. (2020). Analyzing the Behavioral Intention Factors in Using Zakat-Based Crowdfunding Platform in Indonesia. *International Journal of Zakat*, 5(3), 1–19. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i3.267>
- [16] Sulaiman, S. M., Muhammad, Y., & Muhammad, M. A. (2021). an Assessment of the Intention To Accept Shariah Compliant Crowdfunding Mode of Financing in Borno State, Nigeria. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(4), 687–708. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i4.1271>
- [17] Utami, C. B., & Slamet, S. (2021). What Drives Consumer Satisfaction in Using Islamic Financial Technology? *International Journal of Islamic Business Ethics*, 6(1), 27. <https://doi.org/10.30659/ijibe.6.1.27-36>
- [18] Wahyuningsih, R. D., Ningrum, L. A., Nawangsari, Y. D., Ekonomi, F., & Malang, U. N. (2021). Optimalisasi Crowdfunding bagi Perkembangan Startup Muda di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(6), 661–672.
- [19] Warapsari, D., & Campaign, B. (2020). Crowdfunding sebagai Bentuk Budaya Partisipatif pada Era Konvergensi Media: Kampanye #BersamaLawanCorona (Kitabisa.com). *AVANT GARDE*, 8(1), 1–19.