

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN BERDONASI MASYARAKAT MELALUI *PLATFORM CROWDFUNDING*
BERBASIS *ONLINE***

(Studi Pada Donatur di Kitabisa.com)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S1)

Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

FARAH NUR AINI

1705026020

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2021



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) bandel

Hal : Naskah Skripsi
An. Sdri Farah Nur Aini
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah saya melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Farah Nur Aini

NIM : 1705026020

Judul skripsi : **“Pengaruh Religiusitas dan Tingkat Kepedulian Sosial Terhadap Keputusan Berdonasi Masyarakat Melalui *Platform Crowdfunding* Berbasis *Online* (Studi Pada Donatur di Kitabisa.com)”**.

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera diujikan dalam sidang munaqosyah. Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Semarang, 25 Oktober 2021

Pembimbing I,

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.

NIP. 19700321 199603 1 002

Pembimbing II,

Nurudin, S.E., M.M.

NIP. 19850526 201503 1 004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

PENGESAHAN

Nama : Farah Nur Aini
NIM : 1705026020
Judul : Pengaruh Religiusitas dan Tingkat Kepedulian Sosial Terhadap Keputusan Berdonasi Masyarakat Melalui *Platform Crowdfunding* Berbasis *Online* (Studi Pada Donatur di Kitabisa.com)

Telah dimunaqasyahkan oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta dinyatakan telah lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal 02 November 2021 dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir untuk memperoleh gelar sarjana (Strata satu/S1) pada Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 12 November 2021

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

H. Ade Yusuf Mujadid, M.Ag.
NIP. 19670119 199803 1 002

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 19700321 199603 1 002

Penguji Utama I

Penguji Utama II

Rahman El Junusi, SE., MM.
NIP. 19691118 200003 1 001

Naili Saadah, SE., M.Si., AK.
NIP. 19880331 201903 2 012

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 19700321 199603 1 002

Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 19850526 201503 1 004

MOTTO

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

"Kamu sekali-kali tidak akan sampai mencapai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menginfakkan sebahagian harta yang kamu cintai. Dan apa yang kamu infakkan, maka sesungguhnya Allah mengetahuinya."

(Al-Quran Surah Ali Imran ayat 92)

"fall down 7, stand up 8"

(Mark Lee, NCT)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur hanya bagi Allah SWT, Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW yang syafaatnya selalu diharapkan oleh umatnya. Dengan rasa bahagia saya persembahkan skripsi ini kepada:

Bapak dan Ibu saya (Bapak Yaskur dan Ibu Kumiyatun).

Kedua orang tua sekaligus orang yang paling berjasa dalam hidup saya, dua insan yang sangat saya cintai dan saya sayangi. Terima kasih banyak atas curahan kasih sayang, didikan, pengorbanan, perhatian, dan keikhlasan do'amu yang tak pernah berhenti.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi yang telah diselesaikan dengan judul “Pengaruh Religiusitas dan Tingkat Kepedulian Sosial Terhadap Keputusan Berdonasi Masyarakat Melalui *Platform Crowdfunding* Berbasis *Online* (Studi Pada Donatur di Kitabisa.com)” benar-benar karya penulis dan tidak sama sekali berisi materi tulisan orang lain ataupun pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai rujukan yang dilakukan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Semarang, 18 Oktober 2021

Deklarator,



Farah Nur Aini
NIM. 1705026020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl.Prof DR.HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

TRANSLITERASI
HURUF ARAB KE LATIN

Transliterasi adalah suatu hal penting untuk penulisan skripsi karena banyak sekali istilah arab, nama lembaga, nama orang, judul buku wajib disalin ke huruf latin. Guna menjaga eksistensi, maka perlu diterapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = ,,	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ,,	ى = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ = A

اِ = I

اُ = U

C. Diftong

اِي = AY

اُو = AW

D. Syaddah (-)

Tasydid atau Syahadah dilambangkan dengan konsonan ganda seperti **بـ الط** Al-Thib.

E. Kata Sandang (...ال)

Huruf sandang (...ال) dalam huruf latin ditulis dengan al- Seperti contoh الصناعة = al- shina'ah. Al- jika diawal kalimat ditulis dengan huruf besar, dan jika tidak di awal kalimat mala ditulis dengan huruf kecil

F. Ta' Marbutah (ة)

Kata ta' marbutoh ditulis dengan huruf "h" seperti halnya المشعة الطبعية = Al-ma'isyah al- thabi'iyah.

ABSTRAK

Perkembangan *platform crowdfunding* di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang memutuskan untuk berdonasi melalui *platform crowdfunding*. Keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya adalah religiusitas, dan kepedulian sosial. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial berpengaruh terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* baik secara serentak (simultan) maupun parsial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna yang berdonasi di Kitabisa.com dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data adalah kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Dengan didukung uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t hitung serta uji f hitung menggunakan *software SPSS* versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi *online*. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 10,089 lebih besar daripada t tabel 1,988. Variabel tingkat kepedulian sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi *online*. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 5,232 lebih besar dari pada t tabel 1,988. Variabel religiusitas dan tingkat kepedulian sosial jika diuji secara serempak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi *online*. Hal ini dapat dibuktikan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel $108,129 > 3,09$ dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05 yaitu 0,00. Dengan kata lain, semua hipotesis (H1, H2, dan H3) diterima dan Ho ditolak.

Keyword: religiusitas, tingkat kepedulian sosial dan *crowdfunding*.

ABSTRACT

The development of the *crowdfunding platform* in Indonesia has increased every year, this shows that more and more people are deciding to donate through the *crowdfunding platform*. The decision to donate to the public through the *crowdfunding platform* can be influenced by several factors, including religiosity and social concern. The formulation of the problem in this study is whether religiosity and level of social awareness affect the decision to donate to the public through an *online*-based *crowdfunding platform* either simultaneously (simultaneously) or partially.

This study uses a quantitative approach. The sample in this study were users who donated to Kitabisa.com with a total sample of 100 people. The instrument used to obtain data is a questionnaire using a Likert scale. The study used multiple linear regression analysis. Supported by validity and reliability tests, classical assumption test, t-test and f-test using SPSS version 22 software.

The results showed that the religiosity variable had a positive and significant effect on *online* donation decisions. This can be proven by the t-count value of 10.089 which is greater than the t-table of 1.988. The variable level of social awareness has a positive and significant effect on the decision to donate *online*. This can be proven by the t-count value of 5.232 which is greater than the t-table of 1.988. Variables of religiosity and level of social care when tested simultaneously (simultaneously) have a significant effect on the decision to donate *online*. It can be proven that the calculated F value is greater than the F table value of $108.129 > 3.09$ with a significance level below 0.05, namely 0.00. In other words, all hypotheses (H1, H2, and H3) are accepted and Ho is rejected.

Keywords: religiosity, level of social awareness and *crowdfunding*.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan, rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH RELIGIUSITAS DAN TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI MASYARAKAT MELALUI *PLATFORM CROWDFUNDING* BERBASIS *ONLINE* (Studi Kasus Pada Donatur di Kitabisa.com)” dengan lancar. Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun guna memenuhi dan melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S-I) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Jurusan Ekonomi Islam (EI). Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini mendapat banyak bantuan baik moril maupun materi dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan rasa hormat yang dalam penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan izin penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujadid, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., Sebagai dosen pembimbing I dan bapak Nuruddin, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan, saran dan pengarahan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak Khoirul Anwar, M.Ag. selaku wali dosen yang telah sabar memberikan arahan dan masukan selama penulis menuntut ilmu. Segenap dosen beserta tenaga kependidikan UIN Walisongo yang telah membekali penulis berbagai pengetahuan selama kuliah di UIN Walisongo Semarang.
6. Sahabatku Sari, Fia, Iva, Ulfa, Liska, Zahrah yang telah bersedia menjadi teman diskusi penulis selama penyusunan skripsi serta menjadi teman yang baik bagi penulis.
7. Teman-temanku anak-anak kontrakan Pak Joko (Hikmah, Hilda, Isma, Firdha), anak-

anak Ekonomi Islam kelas A angkatan 2017, anak-anak KKN-RDR 75 posko 05, keluarga IKPI Semarang, anak-anak IKAMALA Semarang, Keluarga besar IMM Sayf Battar yang aku cintai yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan skripsi.

8. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga semua amal baik mereka di catat sebagai amalan yang baik oleh Allah SWT, Amin. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan guna menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya harapan peneliti mudah-mudahan apa yang terkandung di dalam penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Semarang, 18 Oktober 2021

Pembuat Pernyataan,



Farah Nur Aini

1705026020

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI	v
TRANSLITERASI	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Penulisan	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kerangka Teori	8
1. <i>Crowdfunding</i>	8
2. Religiusitas.....	15
3. Tingkat Kepedulian Sosial	21
4. Keputusan Berdonasi	27
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Berpikir	35
D. Hipotesis	35
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
A. Metode Penelitian	38
B. Jenis dan Sumber Data	38
C. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel.....	39

D. Metode Pengumpulan Data	40
E. Variabel Penelitian dan Pengukuran	40
1. Definisi Variabel.....	40
2. Pengukuran Variabel.....	41
F. Teknik Analisis Data	42
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
2. Uji Asumsi Klasik.....	43
3. Analisis Regresi	44
4. Uji Hipotesis	45
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Objek Penelitian	47
1. Sejarah berdirinya Kitabisa.com	47
2. <i>Value</i> Kitabisa.com	48
3. Sistem Kerja Kitabisa.com.....	48
B. Deskripsi data penelitian	56
1. Gambaran Karakteristik Responden	57
2. Pendapat Responden	60
C. Analisis Data	65
1. Uji Instrumen	65
2. Uji Asumsi Klasik.....	67
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
4. Uji Hipotesis	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian	73
BAB V	76
PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Donatur dan Galang Dana Yang Difasilitasi Pada Tahun 2018-2020	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Pengukuran variable.....	41
Tabel 4.1 Tingkat pengembalian Kuesioner	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal	59
Tabel 4.6 Deskripsi Responden berdasarkan frekuensi donasi	59
Tabel 4.7 Pendapat responden mengenai variable religiusitas (X1)	60
Tabel 4.8 Pendapat responden mengenai tingkat kepedulian sosial (X2).....	62
Tabel 4.9 Pendapat responden mengenai variable keputusan berdonasi melalui <i>platform crowdfunding</i> berbasis <i>online</i> (Y).....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Mekanisme Kerja <i>Crowdfunding</i>	11
Gambar 2.2 kerangka berfikir	35
Gambar 4.1 Tampilan halaman depan Kitabisa.com	47
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 2 Daftar Identitas Responden	86
Lampiran 3 Rekap Data	89
Lampiran 4 Uji Kelayakan Data	92
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	94
Lampiran 6 Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis	95
Lampiran 7 Dokumentasi	96

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman, teknologi tumbuh dengan cepat dan pesat. Berbagai inovasi dikembangkan dengan tujuan untuk memberikan manfaat kepada penggunanya. Teknologi informasi atau internet adalah salah satu bentuk teknologi yang mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Hadirnya internet turut mengubah perilaku masyarakat dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Berbagai aspek kehidupan yang berhubungan langsung dengan teknologi terbukti memberi manfaat bagi perkembangan penggunanya.

Internet adalah salah satu produk teknologi yang cukup digemari oleh masyarakat Indonesia. Beragam kegiatan seperti *browsing*, memesan layanan jasa, hingga melakukan transaksi keuangan bisa dilakukan secara *online* melalui jaringan internet. Berdasarkan data dari asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) bahwa hingga kuartal II/2020 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta atau 73,7% dari populasi. Dibandingkan dengan tahun 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 25,5 juta pengguna.¹

Internet memiliki beragam manfaat bagi para penggunanya. Bidang keuangan pun turut merasakan manfaat dari perkembangan teknologi ini. Perkembangan inovasi teknologi dalam bidang keuangan lebih dikenal dengan istilah *fintech* (*financial technology*). Internet memberikan kemudahan, serta efisiensi dalam transaksi keuangan, baik dalam aspek pembayaran, pinjaman, perencanaan keuangan, hingga penggalangan dana atau donasi.²

Indonesia dikenal dengan sikap kebersamaan serta nilai gotong royong yang dijunjung tinggi. Berdasarkan laporan tahunan *World Giving Index* (WGI) edisi ke-10, Indonesia menempati urutan ke-10 negara paling dermawan di dunia. Salah satu indikator yang dipakai dalam survei ini adalah berdonasi uang ke lembaga amal, dimana Indonesia mendapatkan skor 69% yang artinya 69% warga Indonesia pernah berdonasi uang ke Lembaga amal.³ Fenomena berdonasi ini dianggap sebagai fenomena *humanistic* yang

¹ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Hasil Survey dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia", <https://apjii.or.id/survei2019x>, diakses 25 April 2021

² Arief Y. N. dan Fatichatur R., *Fenomena Perkembangan Crowdfunding Di Indonesia*" *Ekonika : Jurnal ekonomi universitas kadiri*, Vol. 4, no. 1, 2019, h.34.

³ Charities Aid Foundation, "CAF World Giving Index 10th Edition," <https://www.cafonline.org/about-us/publications/2019-publications/caf-world-giving-index-10th-edition>, 2019, diakses 25 April 2021

penting. Hal ini disebabkan perilaku tersebut tidak hanya bermanfaat bagi satu pihak saja, tetapi juga mampu meningkatkan taraf hidup orang lain.

Perkembangan internet yang sangat pesat pun turut memengaruhi cara melakukan penggalangan dana. Pada awalnya, penggalangan dana dilakukan secara tradisional dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan donatur. Sekarang ini terdapat beberapa perusahaan di Indonesia yang mengembangkan *platform* untuk melakukan penggalangan dana secara *online* (*crowdfunding*), sehingga dapat mempermudah donatur untuk berdonasi.

Crowdfunding adalah bentuk lain dari pinjaman atau pendanaan yang bersifat tradisional.⁴ *Crowdfunding* dapat digunakan oleh berbagai kalangan baik individu maupun kelompok yang membutuhkan pendanaan kecil maupun besar dalam berbagai bidang. *Crowdfunding* memiliki prinsip yang sama dengan pendanaan konvensional, yang membedakannya adalah pemanfaatan internet sebagai tempat yang menjembatani antara pemberi dana (donatur) dan penerima dana. Dengan adanya internet, sebuah penggalangan dana dapat dengan mudah tersebar dan terpublikasi dengan baik, sehingga mampu mencakup masyarakat secara luas. Salah satu *platform crowdfunding* di Indonesia yang sering digunakan adalah kitabisa.com.

Kitabisa.com merupakan sebuah wadah berdonasi *online* yang mempertemukan pihak yang kekurangan dana dengan pihak yang memiliki dana berlebih untuk mencapai tujuan yang seragam. Berfokus pada Gerakan sosial, kitabisa.com sukses mengumpulkan dana lebih dari 700 miliar Rupiah per Juni 2019 lalu.⁵

Kitabisa.com berdiri atas ide kreatif dari seorang yang bernama Alfatih Timur (Timmy), berangkat dari keinginannya untuk membuat gerakan sosial, maka di tahun 2013 lahirlah kitabisa.com yang merupakan wadah bagi siapa pun yang ingin merealisasikan proyek sosialnya. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2014 Kitabisa.com beralih menjadi *platform* galang dana serta berdonasi secara *online*. Pembuatan kampanye di Kitabisa.com bisa dilakukan oleh berbagai pihak, baik individu maupun kelompok. Kitabisa.com memberikan kemudahan bagi masyarakat Indonesia yang memiliki budaya gotong royong yang kental untuk menerapkan nilai tersebut tanpa bertemu langsung dengan orang yang membutuhkan.⁶

Kitabisa.com tergolong ke dalam *platform crowdfunding* yang sukses dalam menjalankan fungsinya sebagai tempat galang dana *online*. Hal ini dibuktikan dengan

⁴ March Hot Asi Sitanggang, *Memahami Mekanisme Crowdfunding Dan Motivasi Berpartisipasi Dalam Platform Kitabisa.Com*, *E Journal UNDIP*, Vol.6, no. 3, 2018, h.26,.

⁵ Kitabisa.com, "Tentang Kitabisa.Com," <https://Kitabisa.Com/about-Us>, diakses 25 April 2021

⁶ Ibid.

jumlah kampanye yang berhasil di danai serta jumlah pengguna situs yang mengalami pertumbuhan pada tiap tahunnya.

Tabel 1.1

Data Jumlah Donatur dan Galang Dana Yang Difasilitasi Pada Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Donatur	Galang Dana Yang Difasilitasi
Okt. 2018	969,053	14,329
Jan. 2019	1,377,638	18,637
Mei 2020	3,850,333	63,964

Sumber: Kitabisa.com.⁷

Tabel di atas menunjukkan bahwa setiap tahunnya Kitabisa.com mengalami kenaikan yang signifikan, baik dari sisi jumlah donatur maupun jumlah galang dana yang difasilitasi, di mana puncaknya terjadi pada Mei 2020, yaitu sebesar 3,850,333 donatur bergabung dengan Kitabisa.com dan sebanyak 63,964 kampanye (galang dana) berhasil difasilitasi. Hal ini menunjukkan adanya antusiasme positif masyarakat dalam menyikapi kehadiran *crowdfunding* di Indonesia, yang berarti bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan jumlah masyarakat yang memutuskan berdonasi melalui *platform crowdfunding*.

Pada umumnya keputusan berdonasi berawal dari rasa peduli terhadap sesama yang dimiliki oleh donatur yang kemudian diwujudkan dalam aksi berdonasi.⁸ Sikap peduli sesama atau yang biasa disebut dengan kepedulian sosial merupakan sikap atau tindakan memerhatikan keadaan yang terjadi di masyarakat yang menjadikannya merasakan serta mengetahui keadaan orang lain. Dalam hal ini donatur turut merasakan hal yang dialami oleh penggalang dana maupun target penggalangan dana sehingga calon donatur akan tergerak untuk berdonasi.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Sitanggang yang berjudul mekanisme *crowdfunding* dan motivasi berpartisipasi dalam *platform* menyatakan bahwa salah satu motivasi masyarakat dalam berdonasi secara *online* adalah rasa kepedulian terhadap sesama.⁹ Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Gofarna Sayagiri mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan *crowdfunding* melalui Kitabisa.com yang menyebutkan bahwa kepedulian sosial merupakan salah satu faktor yang

⁷ Ibid.

⁸ G. Sayagiri, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Crowdfunding Melalui Kitabisa.Com", 2021, h.14.

⁹ Sitanggang, "Memahami", h.29

mendorong masyarakat untuk berdonasi.¹⁰ Berbeda dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian yang dilakukan oleh Imam Abdul Aziz, Nurwahidin, dan Irwan Chailis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menyalurkan donasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*. Menyatakan bahwa variabel kepedulian sosial memiliki pengaruh negative terhadap keputusan berdonasi masyarakat secara *online*.¹¹

Selain faktor tingkat kepedulian sosial, religiusitas merupakan faktor internal lainnya yang mempengaruhi keputusan donatur untuk berdonasi secara *online*. Hal ini sesuai dengan fakta bahwa setiap agama selalu memerintahkan kepada kebaikan. Agama yang berperan sebagai pedoman hidup selain mengajarkan hubungan dengan sang pencipta, tentu juga mengajarkan bagaimana berhubungan yang baik dengan sesama makhluk ciptaannya.

Islam sendiri menganjurkan untuk berbuat baik kepada sesamanya, salah satunya dengan bersedekah, baik berupa materi maupun non materi. Karena sebagai makhluk sosial kehidupan individual menjadi suatu kemustahilan. Tentu suatu saat manusia pasti akan saling membutuhkan satu sama lain baik dalam hubungan materi maupun dukungan moral. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Ma'idah ayat 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمْيِنَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar (kesucian) Allah, jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalā'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulharam sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya! Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau). Janganlah sekali-kali kebencian(-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.”¹²

Ayat tersebut memerintahkan umat muslim untuk saling tolong menolong kepada sesama dalam hal kebaikan, baik urusan duniawi maupun ukhrawi yang diridai Allah agar tercipta ukhuwah antara sesama umat manusia. Ayat tersebut juga menjelaskan bahwa meskipun tolong menolong merupakan perbuatan yang dianjurkan akan tetapi tolong

¹⁰ Sayagiri, “Analisis”, h.15

¹¹ Imam Abdul Azi et, al., “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online,” Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam, Vol.5, no. 1, 2019, h.106.

¹² Kementerian Agama RI, *Mushaf Al-Azzam* (Kota Bekasi: PT. Alribh Murtadho Jaya, 2014). h. 54

menolong dapat menjadi perbuatan yang dibenci Allah apabila tolong menolong dikerjakan dalam hal yang dilarang oleh Allah seperti berbuat dosa dan permusuhan.

Religiusitas adalah tingkat konsepsi seseorang terhadap agama serta tingkat komitmen seseorang terhadap agamanya.¹³ Hal ini berarti bahwa religiusitas tidak hanya dilihat dari seberapa besar pengetahuan seseorang terhadap agamanya, tetapi juga pengamalan terhadap apa yang dipahaminya. Dalam hal ini, seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan menyadari perintah agamanya untuk saling tolong menolong dengan sesama, sehingga hal ini akan berakhir menjadi sebuah keputusan donatur untuk berdonasi.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Febry Nour Aufa S. mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan donatur dalam menyalurkan infak via *social networking site* (SNS), yang menyatakan bahwa faktor religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berdonasi.¹⁴ Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Insiyatun Nafidzah yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi secara *online* di *kitabisa.com*, yang menyatakan bahwa tingkat religiusitas seseorang tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan donasi secara *online*.¹⁵

Mencermati dari penelitian di atas yang berhubungan dengan keputusan berdonasi secara *online*. Maka peneliti bermaksud untuk menjadikan religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial sebagai variabel penelitian yang akan peneliti lakukan. Berdasarkan penelitian di atas, antara religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial masing-masing individu tidak sama sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut.

Peneliti mengambil obyek penelitian pada *platform* *Kitabisa.com* yang merupakan salah satu *platform crowdfunding* terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah donatur dan galang dana yang difasilitasi. Pemilihan *platform* ini juga didasari bahwa salah satu kategori galang dana yang paling populer di *Kitabisa.com* adalah kategori agama.

Dengan berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Religiusitas, dan Tingkat Kepedulian Sosial Terhadap Keputusan Berdonasi Masyarakat Melalui *Platform Crowdfunding* Berbasis *Online* (Studi Kasus Pada Donatur di *Kitabisa.com*)”**.

¹³ Jalaludin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005). h.23

¹⁴ Febry Nour Aufa S, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Donatur Dalam Menyalurkan Infak Via Sosial Networking Site (SNS) (Studi Pada Masyarakat Muslim Kota Malang)*”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, (Universitas Brawijaya, 2018), h.9.

¹⁵ Insiyatun Nafidzah, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Online Di Kitabisa.Com*”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi* (Universitas Brawijaya, 2020), h.15.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*?
2. Apakah Tingkat Kepedulian Sosial berpengaruh terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*?
3. Apakah Religiusitas, dan Tingkat kepedulian sosial dapat berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas penelitian ini bertujuan :

- a. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepedulian sosial terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.
- c. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Akademisi

- 1) Memberikan sumbangan dalam ekonomi Islam mengenai pengembangan teori *crowdfunding*.
- 2) Menambah wawasan dan kepustakaan bagi para pihak yang berkepentingan.

b. Bagi Peneliti

- 1) Menambah pengetahuan mengenai *crowdfunding*.
- 2) Meningkatkan kemampuan peneliti dalam menganalisis fenomena religiusitas dan tingkat kepedulian terkait dengan *crowdfunding*.

c. Bagi Pembaca

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan bagi para pembaca serta memberikan informasi mengenai *crowdfunding* serta keputusan berdonasi masyarakat dalam *crowdfunding*.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Skripsi ini terdiri dari 5 (Lima) bab, yaitu :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini memuat latar belakang permasalahan serta garis besar penelitian

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan mengenai literatur yang diambil dari berbagai sumber untuk memperoleh variabel-variabel mengenai Religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial terhadap keputusan berdonasi secara *online* pada *platform crowdfunding* kitabisa.com.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dijabarkan mengenai metode penelitian berdasarkan rumusan masalah, populasi, sampel, instrumen penelitian dan pengukurannya, serta teknik pengumpulan dan analisis data. Data pada penelitian ini akan dianalisis menggunakan analisis Regresi Linier Berganda menggunakan alat bantu *software* SPSS 22.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini menjabarkan mengenai deskripsi objek penelitian yang terdiri dari deskriptif data penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, deskripsi variabel penelitian, hasil analisis data dan uji hipotesa, pembahasan dan penilaian deskriptif responden terhadap masing-masing variabel.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bagian penutup dalam skripsi ini yang memuat mengenai saran-saran, serta kesimpulan dari hasil analisis data yang bisa dijadikan masukan serta pertimbangan oleh pihak-pihak yang berkaitan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. *Crowdfunding*

a. Pengertian *Crowdfunding*

Crowdfunding secara bahasa berasal dari kata *crowd* dan *funding* yang berarti kerumunan dan pendanaan, *crowdfunding* berdasarkan kamus Oxford merupakan praktik pendanaan suatu proyek atau usaha dengan mengumpulkan sejumlah kecil uang dari banyak orang dan biasanya dilakukan melalui internet.¹⁶

Dalam praktiknya, *crowdfunding* memiliki komponen penyusun yang memiliki peran dan fungsinya masing-masing. Komponen penyusun ini terdiri dari pemilik proyek (pencari dana), Lembaga *crowdfunding* (*website*, media sosial, atau *platform crowdfunding*), dan donatur (orang yang memberikan donasi).¹⁷

Crowdfunding menawarkan alternatif lain bagi para pencari dana untuk membiaya proyek-proyek mereka. Palsanya *crowdfunding* dilakukan melalui media internet seperti media sosial maupun blog internet lainnya yang memberikan akses mudah bagi pihak yang membutuhkan dana.¹⁸

Pada umumnya *crowdfunding* berlangsung dalam kurun waktu yang terbatas, dari beberapa hari hingga beberapa minggu. Dalam kurun waktu yang telah ditentukan, penggalang dana harus berusaha untuk menjaring donatur guna merampungkan pembiayaan proyek yang dibuatnya.¹⁹

Berdasarkan pengertian *crowdfunding* di atas dapat disimpulkan bahwa *crowdfunding* merupakan bentuk penggalangan dana yang dilakukan dalam jaringan atau secara *online* yang dikumpulkan dari kerumunan orang banyak untuk mencapai tujuan yang seragam dan berlangsung dalam waktu terbatas.

b. Jenis-jenis *Crowdfunding*

Berdasarkan pernyataan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dalam Iswi dan Cita, *crowdfunding* digolongkan menjadi empat jenis, yaitu; *equitybased crowdfunding* (*crowdfunding* berbasis permodalan/ kepemilikan saham), *lendingbased*

¹⁶ *Crowdfunding* (Def.1) (n.d), *Oxford University Press Online*, Diakses melalui <https://www.lexico.com/en/definition/crowdfunding>, 25 April 2021.

¹⁷ Irfan Syauqi dan Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h.235.

¹⁸ Marco Sahm et al., "Corrigendum to 'Crowdfunding: Tapping the Right Crowd'", *Journal of Business Venturing*, Vol.29, no. 5, 2014, h.610–611.

¹⁹ Wheat, et al. "Raising Money for Scientific Research through Crowdfunding," *Trends in Ecology & Evolution*, Vol.28, no. 2, 2013, h.71–72.

crowdfunding (*crowdfunding* berbasis kredit/utang piutang), *rewardbased crowdfunding* (*crowdfunding* berbasis hadiah), dan *donationbased crowdfunding* (berbasis donasi),²⁰ untuk penjabaran dari setiap kategori *crowdfunding* tersebut adalah sebagai berikut:

1) *Equity Based Crowdfunding* (*crowdfunding* berbasis ekuitas)

Equity based crowdfunding merupakan aktivitas *crowdfunding* berbasis ekuitas. Pada umumnya individu akan memperoleh hak kepemilikan suatu perusahaan sebagai bentuk imbalan dari dana yang telah diberikan. *Crowdfunding* berbasis ekuitas mempunyai dua sub kategori standar, yaitu:

a) Model Investasi Surat Berharga (*securities investment model*)

Kontributor mempunyai hak kepemilikan atas perusahaan atau dari sebuah proyek disebabkan oleh saham suatu perusahaan dibeli oleh investor.

b) Model Bagi Hasil (*profit or revenue-sharing model*)

Dalam jenis ini *contributor* memperoleh imbalan berupa bagi hasil atau (*share*) dari laba sebuah proyek yang mereka danai dan bukan saham perusahaan yang bersangkutan. Istilah *collective investment scheme* atau skema investasi kolektif sering kali digunakan untuk menyebut kategori ini.

2) *Lending based crowdfunding* (*crowdfunding* basis pinjaman)

Crowdlending, peer-to peer (P2P) pinjaman sosial kerap digunakan sebagai kata lain dari *Crowdfunding* berbasis pinjaman. Dalam *crowdfunding* jenis ini, suatu proyek meminjamkan dana kepada individu yang membutuhkannya dengan disertai ekspektasi pengembalian. Hal ini menjadikan *crowdfunding* berbasis pinjaman memiliki sistem kerja yang hampir sama dengan pinjaman pada umumnya. Pemberi pinjaman memperoleh bayaran bunga dari imbalan pinjaman yang mereka berikan. Risiko yang dihadapi oleh inisiator menentukan besaran bunga yang akan dibayarkan.

Crowdfunding yang berbasis pinjaman pada umumnya menargetkan pada usaha-usaha mikro yang memerlukan modal untuk keberlangsungan

²⁰ Iswi Hariyani and Cita Yustisia Serfiyani, "Perlindungan Hukum Sistem Donation Based Crowdfunding Pada Pendanaan Industri Kreatif Di Indonesia," Jurnal legalisasi Indonesia, Vol.12, no. 4, 2015, h.4.

usahanya. *Crowdfunding* dengan basis pinjaman memiliki beberapa bentuk, yaitu:

a) Perjanjian Pinjaman Tradisional (*traditional lending agreement*)

Dalam *crowdfunding* kategori ini terdapat persyaratan standar serta suku bunga, yang menjadikannya sebagai jenis *crowdfunding* yang paling tradisional. *Crowdfunding* jenis ini memiliki mekanisme yang hampir sama dengan mekanisme yang digunakan oleh lembaga keuangan, di mana debitur meminjam sejumlah uang (bernominal kecil) kepada suatu perusahaan disertai tingkat bunga yang relatif tinggi.

b) *Forgivable Loan*

Dalam pinjaman kategori ini, salah satu dari dua syarat yang telah ditetapkan harus dipenuhi oleh pemberi pinjaman (*lender*) pada saat pelunasan, yaitu; ketika proyek tersebut mulai memperoleh pendapatan atau, pada saat proyek mendapatkan keuntungan.

c) *pre-sales (pre-selling* atau *pre-ordering*)

Pada bentuk ini, orang yang mencari dana meminta dana yang akan digunakan untuk modal awal dalam menghasilkan produk tertentu. Kemudian barang yang dihasilkan atau produk akhir tersebut akan diberikan kepada kontributor sesuai dengan nominal dana yang dikontribusikan sebagai bentuk pengembalian dana yang telah diberikan sesuai dengan perjanjian. Hal ini menjelaskan bahwa jika semakin tinggi dana yang dikontribusikan, maka akan semakin tinggi pula kualitas produk akhir yang diberikan.

3) *Reward Based Crowdfunding (crowdfunding* berbasis hadiah)

Crowdfunding yang berdasarkan hadiah kerap dijalankan berbarengan dengan *crowdfunding* berbasis donasi. Dalam model ini, jumlah dana yang diberikan oleh kontributor telah dikompilasi sesuai dengan imbalan yang akan diserahkan. Penyematan nama dalam kredit proyek, pemberian nama pada *merchandise*, peluang berjumpa dengan pembuat kampanye, undangan khusus untuk mendatangi acara yang berhubungan dengan kampanye merupakan bentuk-bentuk imbalan yang bisa didapatkan oleh kontributor.

Pemberian hadiah ini bisa beragam dan biasanya semakin tinggi dana yang didonasikan, maka semakin tinggi kualitas imbalan tersebut.

4) *Donation Based Crowdfunding (crowdfunding* berbasis donasi)

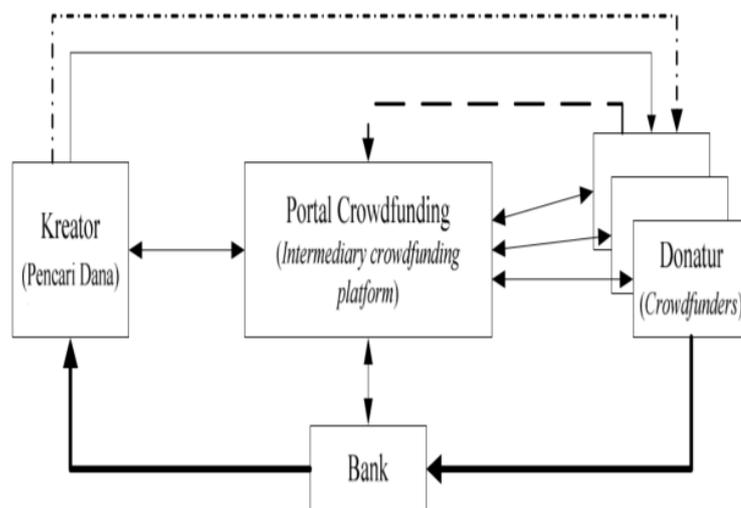
Crowdfunding yang didasari pada donasi, filantropi, dan *sponsorship* dengan tujuan utama untuk menggalang dana adalah definisi dari *crowdfunding* berbasis donasi. Dalam model ini, suatu proyek didanai oleh donatur yang tidak mengharapkan atau berekspektasi terhadap pengembalian dana yang telah diberikan. Penghargaan (*reward*), hadiah (*gift*), atau cinderamata (*token*) umumnya juga ditawarkan pada *crowdfunding* berbasis donasi untuk mendorong seseorang supaya berkontribusi dalam suatu proyek. Tumpang tindih (*overlapping*) pengertian dengan *crowdfunding* berbasis *reward* pun kerap terjadi, disebabkan oleh hal tersebut.

c. Mekanisme *Crowdfunding*

Crowdfunding adalah suatu bentuk penghimpunan dana yang memiliki beberapa pemain di dalamnya, yakni; pembuat proyek, yaitu seseorang yang memikul tanggung jawab atas proyek yang digagasnya atau yang lebih dikenal dengan istilah kreator, lembaga *crowdfunding* yang merupakan tempat berbentuk situs *online* yang berperan sebagai media publikasi proyek, donatur, merupakan individu yang berminat mendukung proyek yang sedang berjalan secara finansial. Gambar berikut menjelaskan mekanisme *crowdfunding*.

Gambar 2.1

Mekanisme Kerja *Crowdfunding*



Sumber: Aziz et al. (2019:98)

Menurut Aziz, dkk prinsip kerja atau mekanisme *crowdfunding* adalah sebagai berikut:²¹

- 1) Pembuat proyek atau penggalang dana bertanggung jawab terhadap prinsip kerja *crowdfunding*, sementara itu media perantara (*intermediary*) diperankan oleh *platform crowdfunding*, kemudian masyarakat berperan sebagai donatur atau pemilik dana.
- 2) Melakukan registrasi atau pendaftaran terlebih dahulu merupakan langkah pertama yang harus dilakukan oleh seorang kreator guna mendaftarkan dirinya serta proyek yang akan dibuatnya. Kemudian proposal yang memuat maksud serta tujuan pengumpulan dana untuk pembiayaan sebuah proyek diajukan oleh kreator kepada *platform crowdfunding*. Kemudian proposal yang telah dikirimkan kepada pihak *platform crowdfunding* akan dilakukan pemilihan dan seleksi guna menentukan layak tidaknya proyek tersebut untuk didanai.
- 3) Jika gagasan atau proposal tersebut disetujui, maka kreator akan diinformasikan oleh pihak *platform* bahwa proyek penggalangan dananya sukses ditampilkan yang kemudian gagasan pengumpulan dana tersebut akan dipublikasikan dan dipasang pada halaman depan situs web serta dalam kurun waktu berjalannya penggalangan dana, yang pada umumnya berlangsung selama 30 hingga 90 hari, baik pihak kreator maupun pengelola *platform crowdfunding* melalui media sosial ataupun secara langsung kepada donatur akan berusaha untuk mengkampanyekan serta mensosialisasikan penggalangan dana yang dibuat.
- 4) Melalui cara-cara yang telah diberikan oleh *platform*, masyarakat yang berminat terhadap proyek penggalangan dana bisa ikut berkontribusi sebagai donatur. *Platform crowdfunding* memanfaatkan fitur transfer antar bank atau *e-money* untuk mengirimkan uang dari donatur kepada rekening milik *platform crowdfunding*. Dana bisa dicairkan oleh *creator* yang kemudian dikirimkan ke rekening *creator* kampanye apabila target dana dapat terkumpul dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Namun dana akan diberikan kembali kepada donatur atau diberikan kepada *campaign* lainnya yang sedang ditayangkan dalam situs *platform crowdfunding* jika dana yang dihimpun tidak dapat memenuhi target, atau terjadi hambatan pada saat pengumpulan dana.

²¹ Imam Abdul Aziz et al., “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online,” Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam, Vol.5, no. 1, 2019, h.98–99.

5) Pihak kreator akan memberikan imbalan/ cinderamata/ produk yang dijanjikan di awal apabila proyek tersebut sukses dan berhasil dijalankan. Akan tetapi hal ini perlu dicatat bahwa tidak semua proyek menawarkan hadiah karena pemberian hadiah bukan merupakan kewajiban, seperti proyek sosial yang jarang menawarkan imbalan.

d. Hukum *Crowdfunding*

Undang-Undang Nomor 9 tahun 1961 tentang Pengumpulan Uang atau Barang (UU Pengumpulan Barang) mengatur setiap penggalangan dana yang bertemakan sosial.

Pasal 1 Undang-undang Pengumpulan Barang menyebutkan bahwa “*setiap usaha mendapatkan uang atau barang untuk pembangunan dalam bidang kesejahteraan sosial, mental/agama/kerohanian, kejasmanian dan bidang kebudayaan.*” Pasal 2 dan 3 dari Undang-undang ini menyebutkan bahwa izin dari lembaga yang berwenang harus didapatkan pada saat melakukan aktivitas pengumpulan uang atau barang, dalam hal ini Menteri Kesejahteraan Sosial, jika pemungutannya diadakan di seluruh wilayah Indonesia, Gubernur untuk daerah tingkat I (atau provinsi) dan Bupati atau Walikota untuk daerah tingkat II.

Penghimpunan uang atau barang yang dilaksanakan di daerah terbatas, tidak membutuhkan izin dari instansi yang berwenang, hal ini disebutkan dalam pasal 2 ayat (2). Lingkungan geografis dan golongan kemasyarakatan seperti kantor, sekolah, desa, anggota-anggota suatu badan, hadirin dalam sebuah pertemuan, dan sebagainya merupakan definisi dari lingkungan terbatas seperti yang dijelaskan dalam Pasal 2 ayat (2) UU Pengumpulan Barang.²²

Crowdfunding sendiri memang tidak bertolak belakang dengan hukum syariat apabila dipandang dari perspektif agama Islam, sepanjang sistem serta konsep yang dipakai selaras dengan hukum Syariah yang ada. Hal ini berarti sepanjang tetap berpegang pada hukum syariat dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam, maka penerapan *crowdfunding* ini diperbolehkan.

Sikap saling tolong menolong, saling membantu dalam hal baik merupakan dasar hukum yang digunakan dalam *crowdfunding*. *Crowdfunding* dimanfaatkan oleh donatur sebagai bentuk dukungan terhadap masalah yang menjadi perhatian Bersama yakni masalah-masalah yang bersangkutan dengan kemanusiaan serta masalah-masalah lingkungan.

²² Zaki Jaihtan, “*Hukum Crowdfunding Di Indonesia*,” last modified 2014, <https://wujudkanid.wordpress.com>. Diakses 5 Mei 2021.

Dalam *crowdfunding* berbasis donasi, proyek yang didanai merupakan proyek sosial seperti membantu korban bencana, Kesehatan, hingga pendidikan dan lain sebagainya. Hal ini selaras dengan apa yang terkandung dalam Al-Quran, yang juga menerangkan mengenai kekayaan serta kepedulian sosial. Sebagaimana dijelaskan dalam QS Al-Ma'idah: 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar (kesucian) Allah, jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalā'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulharam sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya! Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau). Janganlah sekali-kali kebencian(-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.”²³

Dalam QS Al-Layl: 5-11 disebutkan:

فَأَمَّا مَنْ أَعْطَىٰ وَاتَّقَىٰ ۝ وَصَدَّقَ بِالْحُسْنَىٰ ۝ فَسَنِّيْزُهُ لِلْئُسْرَىٰ ۗ وَأَمَّا مَنْ بَخِلَ وَاسْتَغْنَىٰ ۝ وَكَذَّبَ بِالْحُسْنَىٰ ۝ فَسَنِّيْزُهُ لِلْغَسْرَىٰ ۝ وَمَا يُغْنِي عَنْهُ مَالُهُ إِذَا تَرَدَّىٰ ۝

Artinya:

“Siapa yang memberikan (hartanya di jalan Allah) dan bertakwa serta membenarkan adanya (balasan) yang terbaik (surga), Kami akan melapangkan baginya jalan kemudahan (kebahagiaan). Adapun orang yang kikir dan merasa dirinya cukup (tidak perlu pertolongan Allah) serta mendustakan (balasan) yang terbaik, Kami akan memudahkannya menuju jalan kesengsaraan. Hartanya tidak bermanfaat baginya apabila dia telah binasa.”²⁴

Berdasarkan ayat di atas, dapat dilihat bahwa umat Islam dapat menjadikan *crowdfunding* sebagai salah satu media untuk berbuat kebaikan tolong menolong dengan cara berdonasi untuk keperluan sosial yang akan menjadi amal kebaikan pada kehidupan akhirat.

²³ Kementerian Agama RI, *Mushaf Al-Azzam*. (Kota Bekasi: PT. Alribh Murtadho Jaya, 2014), h. 54.

²⁴ *Ibid.* h. 301.

Selain itu, agar sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah, *platform crowdfunding* perlu memperhatikan beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan. Aspek kehalalan merupakan salah satu aspek penting tersebut, yang mencakup:²⁵

- 1) Akad yang dipakai
- 2) Proyek yang didanai
- 3) *Platform* yang dipakai

Crowdfunding bisa dikatakan halal serta layak untuk digunakan apabila aspek-aspek di atas terpenuhi. *Platform crowdfunding* berbasis teknologi yang mengusung konsep Syariah pada saat ini bisa dengan mudah ditemukan.

2. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Istilah religiusitas berasal dari bahasa Inggris, yaitu dari kata *religion* yang berarti agama, kemudian menjadi kata sifat *religious* yang memiliki arti agamis atau saleh.²⁶ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Religiusitas merupakan sebuah pengabdian terhadap agama.²⁷

Glock dan Stark sebagaimana dikutip oleh Jalaludin mendefinisikan religiusitas sebagai tingkat konsepsi individu mengenai agama serta tingkat komitmen individu terhadap agamanya, tingkat konsepsi merupakan tingkat pengetahuan individu mengenai agamanya, sedangkan tingkat komitmen merupakan suatu hal yang harus dipahami secara menyeluruh, sehingga terdapat berbagai cara bagi seseorang dalam menjadi religius.²⁸

Emha Ainun Najib sebagaimana dikutip oleh Jabrohim berpendapat bahwa religiusitas merupakan inti kualitas hidup manusia, yang perlu diartikan sebagai rasa rindu, rasa ingin bersatu, rasa ingin berada Bersama sesuatu yang abstrak.²⁹

Religiusitas merupakan sebuah kondisi yang berada pada diri individu yang memotivasinya agar berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatannya kepada

²⁵ Annisyah Paradhita Sari, "Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Proyek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com," Tesis Magister Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (2019), h.26.

²⁶ M. Nur Ghufro dan Rini Risnawati, *Teori Teori Psikologi* (Yogyakarta: Ar-ruzz Media, 2012), h. 167.

²⁷ Religiusitas (Def. 1) (n.d), *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*, Diakses Melalui <https://kbbi.web.id/religiositas>, 25 April 2020.

²⁸ Jalaludin, *Psikologi Agama* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 24.

²⁹ Jabrohim, *Tahajjut Cinta* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 46.

agama.³⁰ Pada dasarnya religiusitas adalah perbuatan yang secara langsung maupun tidak langsung didasarkan kepada nash.

Fetzer mengungkapkan bahwa religiusitas merupakan sesuatu yang lebih menitikberatkan pada persoalan tingkah laku, sosial, serta merupakan sebuah ajaran dari setiap agama atau golongan.³¹ Setiap agama tentunya memiliki ajaran-ajaran yang harus ditaati oleh para pengikutnya.

Religiusitas merupakan keberagamaan yang memiliki arti mencakup berbagai macam sisi atau dimensi yang tidak hanya terjadi saat seseorang mengerjakan perbuatan ritual (beribadah), tetapi juga pada saat mengerjakan kegiatan lain yang dimotivasi oleh kekuatan supranatural.³² Tingkat Religiusitas Seseorang tidak hanya diukur dari seberapa sering ia beribadah namun juga ketika mengamalkan ajaran yang disampaikan oleh agama yang dianutnya.

Berdasarkan pengertian religiusitas di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa religiusitas merupakan tingkat pemahaman seseorang terhadap agamanya serta tingkat keterikatan diri pada ajaran yang diajarkan oleh agamanya.

b. Fungsi Religiusitas

Fungsi religiusitas bagi manusia memiliki kaitan yang kuat dengan fungsi agama. Agama merupakan keperluan emosional manusia serta keperluan kodrati. Menurut Asyarie, fungsi agama bagi manusia meliputi:³³

1) Fungsi edukatif

Doktrin agama memberikan pelajaran untuk diikuti. Dalam hal ini merupakan perintah serta larangan supaya individu pemeluknya menjadi pribadi yang baik dan membiasakan diri dengan kebaikan.

2) Fungsi penyelamat

Melalui pedoman-pedoman hidup yang diberikan kepada pengikutnya, agama berfungsi sebagai penyelamat, baik di dunia ataupun di akhirat.

3) Fungsi perdamaian

Pengampunan yang diberikan oleh agama kepada setiap pengikutnya yang berbuat salah dan memohon ampun serta bertobat akan memberikan kedamaian bagi para pemeluknya.

³⁰ Jalaludin, *Psikologi ...*, h.38.

³¹ John E. Fetzer, "Multidimensional Measurement of Religiousness/ Spirituality for Use in Health Research: A Report of the Fetzer Institute/ National Institute on Aging Working Group". (Kalamazo: John E. Fetzer Institute, 1999). h.97

³² Ancok dan Suroso, *Psikologi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001). h.37

³³ Asyarie Musa, *Agama Kebudayaan Dan Pembangunan Menyongsong Era Industrialisasi* (Yogyakarta: Kalijaga Press, 1988), h.91.

4) Fungsi pengawasan sosial

Setiap agama memiliki norma dan aturan yang harus ditaati oleh penganutnya. Melalui aturan serta norma tersebut, agama berperan sebagai pengawasan sosial bagi pengikutnya.

5) Fungsi pemupuk rasa solidaritas

Kesatuan iman dan keyakinan secara psikologis akan memberikan perasaan yang sama bagi para pemeluk agama. Rasa solidaritas dapat ditumbuhkan melalui rasa persatuan tersebut, baik dalam kelompok maupun individu, bahkan rasa persaudaraan yang kuat akan berhasil dibentuk dari rasa persatuan tersebut. Hal ini menjadikan agama mempunyai peran sebagai pemupuk rasa solidaritas.

6) Fungsi transformatif

Kehidupan manusia mampu diubah oleh ajaran agama, baik secara individu maupun kelompok, ke kehidupan baru yang selaras dengan dogma agama yang dipeluknya, terkadang kehidupan baru yang diterima oleh para penganut agama bisa mengubah kesetiannya terhadap adat atau norma kehidupan yang dipercayai sebelumnya.

c. Dimensi Religiusitas

Menurut Glock & Stark yang dikutip oleh Jalaluddin terdapat lima dimensi religiusitas, yaitu sebagai berikut:³⁴

1) Dimensi keyakinan

Dimensi ideologis yang menyajikan bayangan seberapa jauh individu menyambut hal-hal dogmatis dari agama yang dianutnya merupakan penjelasan dari dimensi iman/keyakinan.

2) Dimensi peribadatan atau praktik agama

Merupakan dimensi ritual, yaitu seberapa jauh individu memenuhi keharusan ibadah agama yang dianutnya.

3) Dimensi pengalaman atau konsekuensi

Merujuk pada derajat individu dalam bertingkah laku yang didorong oleh dogma atau ajaran agama yang dianutnya, yakni mengenai bagaimana seseorang berhubungan dengan dunianya, utamanya dengan sesama manusia.

4) Dimensi pengetahuan

³⁴ Jalaludin, *Psikologi*.... h.63

Merujuk pada derajat pemahaman seseorang tentang dogma agama yang dianutnya, khususnya yang berkaitan dengan ajaran pokok agamanya yang tertuang pada kitab sucinya.

5) Dimensi penghayatan

Merujuk pada sejauh mana seseorang mengalami serta merasakan sentimen serta peristiwa keagamaan.

d. Karakteristik religiusitas

Husain At Tariqi menyebutkan bahwa religiusitas dapat diidentifikasi melalui karakteristik berikut ini:³⁵

1) Kemampuan melakukan diferensiasi.

Seseorang secara objektif, kritis, berpikir terbuka dalam sikap dan perilakunya terhadap agama. Seseorang yang mempunyai sikap religiusitas tinggi yang dapat melakukan diferensiasi, dapat memasukkan aspek rasional ke dalam kehidupan keagamaannya sehingga pemikirannya tentang agama bertambah kompleks dan realistis.

2) Berkarakter Dinamis

Ketika seseorang memiliki karakter yang dinamis, agama telah mampu mengendalikan serta membimbing motif dan kegiatannya. Semua kegiatan religiusitas dikerjakan untuk keperluan agama itu sendiri.

3) Integral

Sisi religiusitas dengan seluruh aspek kehidupan, termasuk sosial dan ekonomi akan dapat diintegrasikan atau disatukan apabila seseorang memiliki keberagamaan yang matang.

4) Sikap berimbang antara kesenangan dunia tanpa melupakan akhirat

Individu akan dapat memosisikan dirinya di antara garis kecukupan dan garis kelebihan apabila memiliki nilai keagamaan yang tinggi.

e. Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Thouless yang dikutip oleh Ramayulis, religiusitas dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni sebagai berikut:³⁶

1) Dampak Pengajaran atau pendidikan dari bermacam-macam tekanan sosial (faktor sosial) yang meliputi seluruh dampak sosial pada pertumbuhan tingkah laku religiusitas, termasuk didikan serta ajaran keluarga, kebiasaan

³⁵ Abdullah A Husain at tariqi, *Ekonomi Islam Prinsip, Dasar Dan Tujuan* (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), h.32.

³⁶ Ramayulis, *Ilmu Pendidikan Islam* (Jakarta: Kalam Mulia, 2004), h.71.

sosial dalam masa penyesuaian diri dengan beragam pendapat tingkah laku yang disetujui oleh komunitas.

- 2) Berbagai pengalaman seseorang dalam pembentukan tingkah laku religiusitas, khususnya pengalaman yang berkaitan dengan keagungan, keharmonisan serta kebaikan dunia (faktor alamiah), timbulnya permasalahan moral (faktor moral) serta peristiwa emosional keagamaan (faktor afektif).
- 3) Faktor yang timbul sepenuhnya atau sebagian dari kebutuhan yang tidak terpenuhi, utamanya kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta, kasih, serta ancaman kematian.
- 4) Segala tahapan berpikir verbal atau tahapan intelektual. Manusia diciptakan dengan beragam jenis kemampuan. Salah satunya merupakan kemampuan agama. Kemampuan keagamaan ini tercipta ditentukan oleh bagaimana anak itu memperoleh edukasi. Pemikiran-pemikiran verbal akan muncul seiring dengan bertambahnya usia. Salah satu dari gagasan verbal ini merupakan gagasan mengenai agama.

f. Religiusitas dalam Perspektif Islam

Manusia diperintahkan oleh Allah untuk beragama atau beriman dengan penuh dan tidak separuh-separuh. Dalam berkegiatan sehari-hari, umat Islam diharapkan agar melandaskan segala apa yang dilakukannya dengan tujuan beribadah kepada Allah.³⁷ Sebagaimana yang disabdakan Allah dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ٢٠٨

Artinya:

*“Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu.”*³⁸

Fenomena keagamaan adalah Salah satu fakta yang muncul pada perjalanan sejarah manusia. Beberapa konsep religiusitas muncul selama ini. Namun, para ahli setuju bahwa agama memiliki dampak yang kuat pada karakter pribadi dan sosial.

Religiusitas sendiri berarti sebuah naluri atau insting dalam meyakini atau mengimani dan menyembah suatu kekuatan yang berada di luar dirinya. Tuhan

³⁷ Ancok, *Psikologi* ..., h.78.

³⁸ Kementrian Agama RI, *Mushaf Al-Azzam*. (Kota Bekasi: PT. Alribh Murtadho Jaya, 2014), h. 17.

telah memberikan naluri keagamaan pada setiap manusia yang berupa benih-benih agama sejak mereka dilahirkan.³⁹

Kehidupan manusia sangat memerlukan agama. Orang yang beragama merupakan orang yang struktur spiritualnya secara utuh serta terus-menerus diarahkan kepada Tuhan sang pencipta nilai yang mutlak, dan maha tinggi. Agama sangat diperlukan oleh manusia guna mencukupi keperluan rohani mereka dan menemukan kedamaian atau ketenangan saat mereka mengabdikan kepada yang Maha Kuasa dan mendekatkan diri kepada-Nya.⁴⁰

Hal tersebut diterangkan dalam QS. Ar-Rum: 30 dan QS. Ar-Ra'd: 28.

Al- Quran Surat Ar-Rum ayat 30

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَةَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ٣٠

Artinya:

*“Maka, hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama (Islam sesuai) fitrah (dari) Allah yang telah menciptakan manusia menurut (fitrah) itu. Tidak ada perubahan pada ciptaan Allah (tersebut). Itulah agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.”*⁴¹

Al-Quran Surat Ar-Ra'd ayat 28

الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ ٢٨

Artinya:

*“(Yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, bahwa hanya dengan mengingat Allah hati akan selalu tenteram.”*⁴²

Pada dasarnya dalam Islam, religiusitas tidak hanya terwujud dalam rupa praktik ibadah saja, namun juga dalam kegiatan yang lain. Islam sebagai sistem yang menyeluruh memotivasi penganutnya agar beragama secara menyeluruh, baik dalam pikiran, sikap serta tindakan. Di mana aspek tersebut harus dilandaskan pada prinsip berserah diri serta pengabdian total kepada Allah.

Dimensi religiusitas atau keberagamaan dalam Islam terbagi kedalam 3 bagian, yakni akidah Islam, syariat dan akhlak. Akidah mengacu pada derajat

³⁹ Jalaluddin, *Memahami Perilaku Keagamaan Dengan Menerapkan Prinsip-Prinsip Psikologi* (Jakarta: Rajawali Press, 2005). h.67

⁴⁰ Ibid., h.101

⁴¹ Kementerian Agama RI, *Mushaf Al-Azzam*. (Kota Bekasi: PT. Alribh Murtadho Jaya, 2014), h. 205.

⁴² Ibid. h. 127.

keimanan umat Islam terhadap kebenaran ajaran agama yang dianutnya. Isi dimensi keimanan dalam Islam meliputi keyakinan akan Allah, para malaikat, Nabi/Rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka serta qada dan qadar. Sedangkan dimensi syariat mengacu pada derajat kepatuhan umat Islam dalam melakukan aktivitas ritual sesuai dengan petunjuk dan anjuran agamanya. Yang mana hal ini berkaitan dengan dimensi ibadah, yakni pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, membaca Al-Quran, doa, dzikir, ibadah kurban, iktikaf di masjid pada bulan puasa, dan sebagainya. Yang terakhir adalah akhlak, yang berkaitan dengan perilaku muslim yang didorong oleh dogma agamanya, dalam hal ini merupakan bagaimana seseorang berhubungan dengan dunianya, utamanya dengan sesama manusia. Dimensi ini mencakup perilaku-perilaku seperti tolong menolong, gotong royong, beramal shaleh, maju dan berkembang, menjunjung tinggi keadilan dan kebenaran, kejujuran, dan sebagainya.⁴³

3. Tingkat Kepedulian Sosial

a. pengertian kepedulian sosial

Pada hakikatnya manusia merupakan makhluk sosial yang saling memerlukan dan saling bergantung. Setiap individu tentu mempunyai keperluan antara yang satu dengan yang lain yang mampu membuat menciptakan interaksi antar keduanya. Menurut Buchori Alma, makhluk sosial merupakan kehidupan menyendiri, namun pada sebagian besar hidupnya akan mengalami saling membutuhkan, di mana akan tercapai keseimbangan relatif pada akhirnya.⁴⁴

Secara umum, kepedulian sosial dapat diartikan sebagai tingkah laku yang menghiraukan sesuatu atau peduli terhadap kejadian atau hal yang sedang berlangsung di komunitas. Dalam sikap peduli terhadap masyarakat, individu dituntut supaya menepikan keegoisan dan memunculkan simpati terhadap komunitas.⁴⁵

Berdasarkan teori psikologi Alfred Adler sebagaimana dikutip oleh Rachmatul yang menyatakan bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang dimotivasi oleh kehendak untuk berbaur dengan hangat dengan manusia lain. Adler meyakini bahwa sejak manusia dilahirkan, kesadaran bersosial telah dikaruniakan kepada

⁴³ Ancok, *Psikologi*, h.80.

⁴⁴ Buchori Alma, *Pembelajaran Studi Sosial* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.201.

⁴⁵ Dini Destina Sari, "Peranan Karang Taruna Dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial Pemuda Kelurahan Margodadi Kecamatan Metro Selatan Kota Metro" (Universitas Lampung, 2016), h.26.

mereka. Hal ini membuat manusia memiliki rasa tanggung jawab kepada orang lain untuk memperoleh suatu kemakmuran yang elok untuk semua.⁴⁶

Adler dalam Rachmatul mengartikan kepedulian sosial sebagai suatu sikap keterkaitan dengan manusia pada umumnya, suatu perhatian bagi seluruh kelompok manusia. Kepedulian sosial merupakan keadaan alami manusia serta instrumen yang menautkan masyarakat secara Bersama-sama. Adler menggunakan kepedulian sosial sebagai ukuran kesehatan mental seseorang dan sebagai satu-satunya syarat dalam menilai nilai-nilai kemanusiaan, kepedulian sosial merupakan satu-satunya indikator yang dipakai dalam melakukan penilaian terhadap nilai seseorang.⁴⁷

Menurut Mu'in sebagaimana dikutip oleh Masnur Muslich, kepedulian sosial merupakan suatu sifat yang berperan sebagai perekat dalam kehidupan bermasyarakat, kepedulian merupakan karakter yang menjadikan individu mampu untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain, tahu bagaimana rasanya menjadi orang lain, yang kerap kali diwujudkan dalam bentuk perbuatan memberi atau ikut serta dengan orang lain.⁴⁸

Berdasarkan definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepedulian sosial merupakan sikap atau tindakan memerhatikan keadaan yang terjadi di masyarakat yang menjadikannya merasakan serta mengetahui keadaan orang lain.

b. Jenis-Jenis Kepedulian sosial

Terdapat 3 jenis bentuk kepedulian, yaitu:⁴⁹

1) Kepedulian yang terjadi ketika senang ataupun sedih.

Kepedulian sosial merupakan sebuah ikatan keterlibatan antara dua pihak atau lebih dalam keikutsertaan merasakan suatu hal yang sedang dialami atau dirasakan oleh orang lain.

2) Kepedulian pribadi dan bersama

Kepedulian pada dasarnya merupakan sifat pribadi, akan tetapi terkadang kepedulian tersebut dilakukan bersama. Jika bantuan yang diperlukan lumayan besar atau berlangsung secara berlanjut maka cara tersebut perlu untuk diterapkan.

⁴⁶ Rachmatul Amaliyah Eka Putri, "Pengaruh Tingkat Kepedulian Sosial Dan Kemampuan Interaksi Sosial Siswa Terhadap Perilaku Bullying Pada Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah Di Malang Raya" (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2020), h.36.

⁴⁷ Ibid. h.38.

⁴⁸ Masnur Muslich, *Pendidikan Karakter: Menjawab Tantangan Krisis Multidimensional* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h.211.

⁴⁹ Dini, "Peranan ...," h.27.

3) Kepedulian yang sering lebih mendesak

Hal yang sering mendesak untuk kita lakukan merupakan kepedulian terhadap kepentingan bersama. Hal ini dapat dilakukan dengan mengerjakan sesuatu untuk kebaikan bersama.

c. Aspek-aspek kepedulian sosial

Menurut Crandall dalam Setyorini et, al., aspek-aspek kepedulian sosial meliputi:⁵⁰

1) *Motivation*

Motivasi merupakan suatu dorongan untuk mengerjakan sesuatu demi mencapai suatu target atau tujuan. Pengaruh sosial serta perjuangan menuju keunggulan atau kesuksesan merupakan hal-hal yang telah memotivasi manusia.

2) *cognitive*

cognitive merupakan pemahaman seseorang untuk menumbuhkan empati kepada orang lain serta perilakunya saat ini yang dipengaruhi oleh perspektifnya terhadap masa depan.

3) *Emotion*

Emosi atau simpati merupakan suatu sikap positif yang dilakukan kepada orang lain, yang menyebabkan manusia sadar akan apa yang sedang dilakukannya serta alasan dilakukannya.

4) *Behaviour*

Behaviour yang dimaksudkan berupa bentuk Kerja sama atau kontribusi kesejahteraan umum. Bertanggung jawab sepenuhnya untuk menjadi siapa dirinya merupakan hal yang dapat dilakukan oleh manusia.

d. Indikator Kepedulian Sosial

Menurut Daryanto dan Darmiati indikator yang dapat dipakai untuk menjabarkan sifat peduli sosial yaitu:

1) Tolong menolong

Tolong menolong adalah perbuatan membantu dengan tujuan meringankan atau meminimalkan beban, membantu dalam mengerjakan sesuatu, yang dapat berbentuk bantuan tenaga, waktu maupun dana.

2) Tenggang rasa

⁵⁰ Setyorini Rizky Windu Primastuti, Uumbu Tagela, "Penggunaan Layanan Bimbingan Kelompok Dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial Siswa Kelas XI Bahasa SMA Kristen Satya Wacana Salatiga Tahun Ajaran 2018/2019," Jurnal Psikologi Konseling, Vol.15, no. 2, 2019, h. 445.

Tenggang rasa merupakan suatu sikap hidup, baik dalam ucapan, perbuatan, maupun tingkah laku yang menggambarkan sikap menghormati serta menghargai orang lain.

3) Toleransi

Toleransi berarti sikap menerima secara terbuka orang lain dengan tingkat kedewasaan dan kondisi yang berbeda.

4) Aksi sosial

Aksi sosial adalah upaya melalui pendidikan, propaganda, bujukan atau tekanan untuk mencapai tujuan yang dianggap baik oleh perencanaan sosial, untuk membuat atau mencegah perubahan “praktik” atau situasi sosial yang ada di masyarakat.

5) Kerja sama

Kerja sama merupakan suatu tindakan untuk mencapai tujuan dan keuntungan bersama.⁵¹

e. Kepedulian Sosial dalam Perspektif Islam

Allah SWT. Mengutus Nabi SAW. guna menyebarkan agama Islam serta menunjukkan tiga aspek, yakni; aspek intelektual/keyakinan, aspek ritual, dan aspek sosial. Ketiga aspek tersebut tidak bisa dipisahkan karena ketiganya merupakan satu kesatuan dalam yang berperan penting dalam kehidupan manusia, jika ketiga aspek tersebut dipisahkan hal ini akan membuat iman individu berkurang. Kesatuan tersebut merupakan kesatuan antara kemanusiaan dan kepribadian manusia, urusan dunia dan akhirat dan lainnya.⁵² Berdasarkan ketiga aspek tersebut dapat diketahui bahwa manusia merupakan makhluk sosial dan juga mempunyai tanggung jawab sosial dalam kehidupannya.

Manusia memerlukan kerja sama satu sama lain dalam kehidupannya hal ini disebabkan karena manusia merupakan makhluk sosial. Kepercayaan serta agama yang dipeluk, suku dan geografis, prinsip politik, kepentingan ekonomi, cara berpikir, pandangan hidup (ideologi), adat istiadat, dan lain sebagainya merupakan hal-hal yang dapat menjadi pembeda pada diri setiap individu.

Dalam Alquran dijelaskan bahwa manusia tercipta untuk hidup berkelompok supaya mereka mengenal satu sama lain, dan manusia diciptakan dalam keadaan

⁵¹ Daryanto, Suryati Darmiatun, *Implementasi Pendidikan Karakter Di Sekolah*, Bintoro, 1st ed. (Yogyakarta: penerbit Gava Media, 2013), h.140.

⁵² Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, Cet.II, Vol.7, (Jakarta: Lentera Hati, 2004), h.54.

lemah. Oleh sebab Allah saw. memerintahkan manusia untuk bekerja sama dalam kebaikan dan takwa. Sebagaimana disebutkan dalam Al-Quran surah al-Ma'idah: 2, serta Alquran surah an-Nisa:1.

al-Maidah: 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَابِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ
فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حُلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ
تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar (kesucian) Allah, jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, 194) jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalā'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulharam sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya! Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau). Janganlah sekali-kali kebencian(-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.”⁵³

Al-Qur'an surat an-Nisa: 1:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۗ
وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ۝١

Artinya:

“Wahai manusia, bertakwalah kepada Tuhanmu yang telah menciptakanmu dari diri yang satu (Adam) dan Dia menciptakan darinya pasangannya (Hawa). Dari keduanya Allah memperkembangbiakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Bertakwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta dan (peliharalah) hubungan kekeluargaan. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasimu.”⁵⁴

Terdapat beberapa hadis Nabi saw. yang bisa menjadi pedoman, asas serta teladan untuk seluruh umat islam agar selalu peduli kepada sesama manusia, hewan, tumbuhan serta lingkungan, antara lain:

عَنِ النَّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ قَالَ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادُّهِمْ، وَتَرَاحُمِهِمْ، وَتَعَاطُفِهِمْ
مَثَلُ الْجَسَدِ، إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ شَيْءٌ؛ تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهْرِ وَالْحُمَى. (رواه البخاري و مسلم)

⁵³ Kementrian Agama RI, *Mushaf Al-Azzam*. (Kota Bekasi: PT. Alribh Murtadho Jaya, 2014), h.54.

⁵⁴ Ibid. h. 40.

Artinya:

“(Hadis riwayat) dari al-Nu'man bin Basyir berkata; Rasulullah saw. bersabda: ‘Kamu akan melihat orang-orang mukmin dalam hal saling mengasihi, mencintai, dan menyayangi bagaikan satu tubuh. Apabila ada salah satu anggota tubuh yang sakit, maka seluruh tubuhnya akan ikut terjaga dan panas (turut merasakan sakitnya).’” (HR. Bukhari dan Muslim)⁵⁵

Hadis Nabi di atas membandingkan manusia dengan manusia lain seperti satu badan, jika terdapat masalah dengan salah satu anggota tubuh maka bagian tubuh yang lain akan terpengaruh. Hadits tersebut memberikan petunjuk kepada setiap manusia agar mengembangkan kepedulian dalam hidup bersosial. Hadits tersebut menjelaskan pula bahwa setiap anggota tubuh mempunyai fungsi serta perannya sendiri-sendiri. Tugas dan fungsi dari setiap anggota tubuh akan mereka jalankan dengan baik tanpa rasa iri dan dengki, dan apabila salah satu tidak mampu menjalankan tugas serta fungsinya maka akan mempengaruhi yang lain.

Kepedulian serta kepekaan bisa direalisasikan dalam bentuk pengetahuan serta praktik, bahwa antara manusia satu dengan lainnya saling menyempurnakan, saling mengasihi, saling menyayangi, saling membutuhkan, serta saling membantu. Dengan demikian tidak ada individu yang mampu menjalani kehidupan tanpa pertolongan orang lain. Agar dapat memperoleh pertolongan dari orang lain, individu perlu untuk selalu mengusahakan untuk menolong orang lain. Allah pun enggan untuk mencurahkan kasih sayang-Nya kepada orang yang tidak pernah menolong orang lain dan mengasihi sesama, sebagaimana Nabi menjelaskan dalam riwayat Jabir bin Abdillah:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سَلَامٍ حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ عَنِ الْأَعْمَشِ عَنْ زَيْدِ بْنِ وَهْبٍ وَأَبِي ظَبْيَانَ عَنْ جَرِيرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا يَرْحَمُ اللَّهُ مَنْ لَا يَرْحَمُ النَّاسَ. (رواه البخاري)

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Salam telah menceritakan kepada kami Abu Mu'awiyah dari Al A'masy dari Zaid bin Wahb dan Abu dlabyan dari Jarir bin Abdullah berkata, ‘Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Allah tidak akan menyayangi siapa saja yang tidak menyayangi manusia.’” (HR. Bukhari).⁵⁶

Nabi mengajarkan bahwa kepedulian tidak hanya dilakukan kepada sesama manusia akan tetapi kepada makhluk lainnya jua, seperti tumbuhan dan binatang.

⁵⁵ Abu Abdillah Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Sahih Al-Bukhari*, dalam *Mausu'ah al-Hadis al-Syarif* [CD ROM], hadis no.5552.

⁵⁶ Ibid. hadis no.6828.

Dalam sebuah riwayat dikisahkan bahwa Allah SWT memberikan ampunan kepada seorang wanita pezina yang disebabkan perbuatan baiknya untuk memberikan minum kepada seekor anjing yang kehausan dan hampir mati. Hal ini dapat dipahami bahwa individu yang dalam hidupnya kerap kali mengerjakan perbuatan dosa yang menjadikan dia digolongkan sebagai penghuni neraka, namun pada akhir hayatnya ia mendapatkan pengampunan Allah, yang disebabkan perbuatan baiknya yang digolongkan sebagai perbuatan penghuni surga. Hal tersebut merupakan gambaran betapa pentingnya sikap peduli terhadap sesama makhluk ciptaan-Nya.

4. Keputusan Berdonasi

Keputusan merupakan pemilihan sebuah Tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Pilihan alternatif harus dimiliki oleh seorang konsumen yang membuat pilihan. Langkah-langkah yang digunakan pada pengambilan keputusan adalah; pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif yang pada akhirnya dapat membimbing individu pada pengambilan keputusan. Setiap situasi pengambilan keputusan, konsumen akan mendapatkan tingkat pencarian informasi yang berbeda-beda.⁵⁷

Peter dan Olson sebagaimana dikutip oleh Etta mengungkapkan bahwa pengambilan keputusan konsumen merupakan tahapan penyelesaian masalah yang berorientasi pada tujuan di mana pusat dari pengambilan keputusan konsumen merupakan tahapan pengintegrasian yang menggunakan pemahaman sebagai alat dalam menilai dua atau lebih pilihan alternatif serta menentukan salah satu dari berbagai alternatif sebagai pilihan. Pengambilan keputusan bagi konsumen mencakup seluruh tahapan yang dilewati konsumen dalam mengidentifikasi permasalahan, mencari solusi, mengevaluasi alternatif, serta menentukan pilihan di antara beberapa alternatif.⁵⁸

Pengambilan keputusan adalah kegiatan individu yang terkait langsung dengan pengadaan dan penggunaan barang yang ditawarkan. Dua atau lebih alternatif tindakan dilibatkan dalam pengambilan sebuah keputusan. Pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda selalu dibutuhkan dalam pengambilan keputusan.⁵⁹

⁵⁷ Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, tujuh. (Jakarta: Indeks, 2008), h.486.

⁵⁸ Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013), h.332.

⁵⁹ Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2003), h.341.

Keputusan pembelian konsumen adalah keputusan pembelian akhir yang dibuat oleh individu ataupun rumah tangga yang membeli barang maupun jasa sebagai konsumsi pribadi.⁶⁰ Keputusan pembelian merupakan penentuan pilihan pada satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.⁶¹

Berdasarkan pengertian keputusan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan berdonasi merupakan tindakan atau proses pemecahan masalah dalam mengambil keputusan untuk memilih di antara dua atau lebih pilihan alternatif dalam hal melakukan donasi.

a. Proses pengambilan keputusan

Proses pengambilan keputusan sangatlah beragam, Ada yang sederhana serta ada juga yang kompleks. Proses pengambilan keputusan dikelompokkan menjadi tiga kategori, yakni:⁶²

1) Proses pengambilan keputusan yang luas

kategori pengambilan keputusan terlengkap adalah proses pengambilan keputusan yang luas, dimulai dengan mengidentifikasi masalah konsumen yang bisa diselesaikan dengan membeli beberapa produk. Karena hal tersebut, konsumen meneliti produk atau merek tertentu kemudian menilai tingkat kebaikan setiap alternatif dalam menyelesaikan masalah. Penilaian produk atau merek akan menuju pada keputusan pembelian, kemudian konsumen akan menilai hasil keputusan tersebut.

2) Proses pengambilan keputusan terbatas

Terjadi jika konsumen mengenali masalah dan menggunakan pengetahuan mereka untuk menilai beberapa produk atau merek alternatif tanpa mencoba (atau berusaha sedikit) untuk menemukan info baru mengenai produk atau merek tersebut. tahapan pengambilan keputusan yang terbatas ini berlangsung dengan keperluan emosional atau kebutuhan lingkungan.

3) Proses pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan

proses pengambilan keputusan yang paling sederhana adalah yang bersifat kebiasaan. Di mana masalah diidentifikasi oleh konsumen dan selanjutnya konsumen segera memutuskan membeli merek kesukaannya. Penilaian hanya dilakukan jika merek yang dipilih tidak sesuai dengan harapan.

⁶⁰ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, dua belas. (Jakarta: Erlangga, 2012), h.45.

⁶¹ Tjiptono, *Service, Quality and Satisfaction*, tiga. (Yogyakarta: Andi, 2012), h.25.

⁶² Annisyah Paradhita Sari, "Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Proyek, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi *Online* Pada *Platform Crowdfunding* Kitabisa.com," Tesis Magister Ekonomi Islam, Medan, Perpustakaan UIN Sumatera Utara, 2019, h.33–34.

Menurut Kotler dan Keller, perusahaan dapat memakai empat indikator berikut untuk menentukan keputusan pembelian:⁶³

- 1) Kemantapan pada sebuah produk. Ketika membeli, konsumen menentukan pilihan pada salah satu dari beberapa alternatif yang tersedia. Pemilihan tersebut dilandaskan pada mutu, kualitas, harga yang terjangkau serta faktor-faktor lain yang mampu memperkuat kehendak konsumen dalam melakukan pembelian, terlepas dari apakah produk tersebut benar-benar dipakai atau diperlukan.
- 2) Kebiasaan saat membeli produk. Kebiasaan konsumen saat melakukan pembelian pada sebuah produk juga berdampak pada keputusan pembelian. Konsumen menganggap produk tersebut sudah sangat terkunci dalam benaknya karena manfaat dari produk tersebut sudah dirasakan oleh mereka. Akibatnya, akan timbul perasaan tidak nyaman pada diri konsumen apabila mereka mencoba produk baru karena mereka perlu beradaptasi lagi. Konsumen cenderung menjatuhkan pilihannya pada produk yang telah biasa mereka gunakan.
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain. Apabila konsumen memperoleh manfaat dari suatu produk ketika membelinya, konsumen tentu akan menyarankan produk tersebut kepada orang lain. Konsumen menginginkan orang lain merasa bahwa produk tersebut sangat bagus serta lebih baik dari produk yang lain.
- 4) Melakukan pembelian ulang. Kepuasan konsumen terhadap penggunaan suatu produk dapat mengarahkan konsumen untuk membeli kembali produk tersebut. Konsumen memersepsikan produk tersebut telah sesuai dengan keinginan serta harapan mereka.

Sedangkan tahapan-tahapan pada proses pengambilan keputusan pembelian adalah sebagai berikut:⁶⁴

- 1) Pengenalan Masalah

Identifikasi masalah atau keperluan merupakan proses awal pembelian. Ketika keperluan diketahui, konsumen akan memahami keperluan mana yang harus segera dipenuhi, dan keperluan mana yang belum perlu untuk dipenuhi segera.⁶⁵

- 2) Pencarian Informasi

Ketika suatu kebutuhan itu perlu dipenuhi maka seorang konsumen yang mengerti kebutuhannya akan melakukan pencarian informasi yang lebih banyak

⁶³ Kotler dan Keller, *Manajemen ...*, h.178.

⁶⁴ Ibid. h.188

⁶⁵ Ibid. h.189.

mengenai kebutuhan tersebut. Informasi yang mendasari kebutuhan ini kemungkinan yang dicari oleh konsumen.

3) Pengenalan Alternatif

Setelah mencari informasi yang sebanyak-banyaknya, kemudian konsumen memakai informasi tersebut sebagai alat untuk menilai beberapa merek alternatif. Sikap dan keyakinan sering tercermin dalam melakukan penilaian. Keyakinan serta sikap diperoleh seseorang melalui berperilaku serta belajar. Keyakinan (*belief*) merupakan bayangan gagasan yang diikuti individu mengenai bayangan sesuatu. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh keyakinan konsumen mengenai suatu produk atau merek yang mereka beli. Sikap (*attitude*) merupakan penilaian, perasaan emosi serta kecenderungan perbuatan yang memberikan keuntungan atau tidak memberikan keuntungan serta berada dalam diri individu kepada objek atau pemikiran tertentu secara konstan.

4) Keputusan Pembelian

Setelah beberapa merek telah dievaluasi, maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian atau tidak. Pembeli membuat serangkaian keputusan tentang jenis pembelian, waktu pembelian serta cara pembelian pada saat membuat keputusan pembelian.

Kotler dan Keller menerangkan bahwa keputusan pembelian konsumen terdiri dari enam sub-keputusan, yakni keputusan pemilihan produk, tempat pembelian, merek, waktu, jumlah serta metode pembayaran.⁶⁶ Ada kalanya pada pengambilan keputusan akhir tersebut terdapat pihak lain yang memberikan sugesti terakhir yang perlu dipikirkan kembali agar bisa segera mengubah keputusan semula.

b. Perilaku Pasca Pembelian

Kepuasan atau ketidakpuasan tertentu akan dialami oleh konsumen setelah melakukan pembelian pada suatu produk, hal ini bisa disebabkan oleh berbagai hal seperti barang atau hal tersebut tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pembeli atau berbeda dengan penjelasan dari penjual sebelumnya. Kotler dan Keller menyebutkan bahwa peluang pembelian ulang yang lebih tinggi terdapat pada konsumen yang merasa puas pada saat melakukan pembelian. Konsumen yang mengalami kepuasan cenderung memberitahukan hal yang baik kepada orang lain mengenai produk tersebut. Jika keputusan pembelian atau produk yang dibeli oleh konsumen tidak memberikan rasa puas pada diri konsumen, maka terdapat

⁶⁶ Ibid. h.192.

dua kemungkinan yang akan dilakukan oleh konsumen. Pertama, konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang atau meninggalkan produk tersebut. Kedua, mereka akan mencari informasi tambahan tentang produk yang mereka beli untuk memperkuat pendirian mereka mengenai alasan mereka memilih produk tersebut sehingga rasa ketidakpuasan dapat berkurang.

c. Keputusan Berdonasi dalam Perspektif Islam

Donasi berdasarkan perspektif Islam diserupakan dengan infak di mana keduanya terdapat sikap saling tolong menolong dan mengurangi beban antar sesama, Allah menerangkan hal ini dalam Al-Quran surah At-Taghabun ayat 16:

فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ وَأَسْمِعُوا وَأَطِيعُوا وَأَنْفِقُوا خَيْرًا لِّأَنْفُسِكُمْ وَمَنْ يُوقِ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٦
Artinya:

*“Bertakwalah kamu kepada Allah sekuat kemampuanmu! Dengarkanlah, taatlah, dan infakkanlah harta yang baik untuk dirimu! Siapa yang dijaga dirinya dari kekikiran, mereka itulah orang-orang yang beruntung.”*⁶⁷

Sedangkan dalam Islam tahapan pengambilan keputusan erat pula kaitannya dengan sifat kehati-hatian dalam menerima informasi yang diperoleh. Hal ini diterangkan dalam Al-Qur’an surah Al-Hujarat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ٦
Artinya:

*“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.”*⁶⁸

Ayat di atas menerangkan bahwa hendaknya kita sebagai umat Islam berhati-hati dalam menerima informasi, ketika tidak mengetahui secara jelas akan lebih baik jika kita mencari tahu terlebih dahulu kebenaran informasi tersebut. Hal ini jika dikaitkan dengan penelitian yang dilakukan peneliti bahwa pada dasarnya keputusan berdonasi itu baik akan tetapi individu perlu tetap berhati-hati dan mengetahui dengan pasti mengenai informasi seperti kepada siapa, dalam bentuk apa serta berapa donasi tersebut yang disalurkan.

B. Penelitian Terdahulu

⁶⁷ Kementrian Agama RI, *Mushaf Al-Azzam*. (Kota Bekasi: PT. Alribh Murtadho Jaya, 2014), h.280.

⁶⁸ Ibid. h.259

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
1.	March Hot Asi Sitanggang	Memahami Mekanisme <i>Crowdfunding</i> Dan Motivasi Berpartisipasi Dalam <i>Platform</i> Kitabisa.com	Mekanisme <i>crowdfunding</i> , motivasi berpartisipasi dalam <i>platform</i> .	Kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui analisis konten web, pada tahapan kedua menggunakan metode wawancara mendalam.	<i>Platform crowdfunding</i> menjadi sarana pembelajaran individu dalam memaknai tindakan menolong pro sosial. Donatur melakukan transaksi berdonasi dalam Kitabisa.com karena dipengaruhi oleh empati altruisme, kepedulian sosial, budaya gotong royong, dan motivasi agama.
2.	I.A. Azis, Nurwahidin, I. Chailis.	Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menyalurkan donasi melalui <i>platform crowdfunding</i> berbasis <i>online</i> .	Efektivitas kampanye, inovasi <i>platform</i> , kepedulian sosial, keputusan berdonasi masyarakat melalui <i>platform crowdfunding</i>	Kuantitatif dengan menggunakan metode analisis <i>structural equation modelling</i> . Metode pengambilan data menggunakan kuesioner dan wawancara.	Variabel efektivitas kampanye dan inovasi <i>platform</i> berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui <i>platform crowdfunding</i> , sedangkan variabel kepedulian sosial memiliki pengaruh negatif, dan secara simultan variabel yang diteliti memiliki nilai yang cukup signifikan.
3.	Gafarnya Sayagiri	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan <i>Crowdfunding</i> melalui Kitabisa.com	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan <i>Crowdfunding</i> melalui Kitabisa.com	Kualitatif deskriptif, dengan menggunakan data sekunder yang didapatkan dari kajian-kajian literatur dan analisis isi	faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan <i>crowdfunding</i> melalui Kitabisa.com berasal dari internal maupun eksternal penggalang dana, seperti deskripsi proyek yang akan mempengaruhi rasa

				konten <i>website</i> kitabisa.com.	peduli antar sesama yang kemudian diwujudkan dalam aksi berdonasi, jumlah <i>share</i> dan kemudian mengarah pada kepercayaan publik yang bersumber dari transparansi, kredibilitas, kemudahan akses, urgensi, dan strategi pemasaran yang dapat menjaring kaum mayoritas.
4.	Febry Nour Afa S.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Donatur Dalam Menyalurkan Infak Via Sosial <i>Networking Site</i> (SNS) (Studi Pada Masyarakat Muslim Kota Malang)	Religiusitas, Kualitas proyek, citra lembaga, Fitur teknologi internet, fitur jejaring informasi, Kepercayaan	Kuantitatif, dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebar dan dianalisis menggunakan <i>partial least square</i>	Religiusitas, Kualitas proyek, Fitur teknologi internet, fitur situs jejaring berpengaruh terhadap kepercayaan donatur dalam infak melalui situs jejaring sosial. Sedangkan citra Lembaga tidak berpengaruh terhadap kepercayaan donatur dalam infak melalui situs jejaring sosial.
5.	Insiyatun Nafidzah	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara <i>Online</i> Di Kitabisa.com	Keterbukaan informasi, kepercayaan, ikatan emosional, pengetahuan agama, kualitas proyek, keputusan berdonasi di kitabisa.com	Kuantitatif dengan Teknik pengambilan data menggunakan metode kuesioner yang dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi	Keterbukaan informasi, kepercayaan, ikatan emosional memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berdonasi secara <i>online</i> pada kitabisa.com. Religiusitas, dan kualitas proyek tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berdonasi secara <i>online</i> pada kitabisa.com
6.	Jinlin Wan, Yaobin Lu,	How Attachment Influences	Faktor sosial, faktor teknis, perilaku	Kualitatif deskriptif dengan	niat berdonasi ditentukan oleh keterikatan

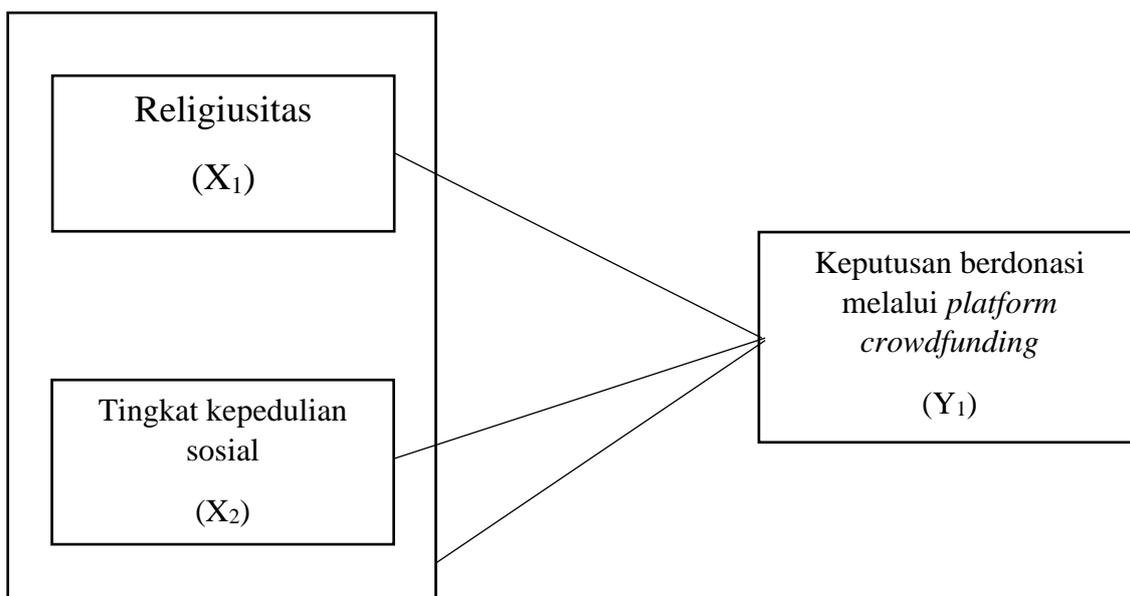
	Bin Wang, Ling Zhao.	Users' Willingness to Donate to Content Creators in Sosial Media: A Socio-Technical Systems Perspective	donasi pengguna	Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner.	emosional dengan pembuat konten dan ketergantungan fungsional pada media sosial, yang dipengaruhi oleh faktor sosial (identifikasi, interaksi, dan nilai informasi) dan faktor teknis (kemampuan bersosialisasi dan personalisasi).
7.	Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, Dessy Noor Farida, Naili Saadah.	Empathy or Self-credibility? An Empirical Study of Intentions to Donate through Social Crowdfunding using the UTAUT Model	Performance Expectancy, Effort Expectancy, Sosial Influence, Facilitating Conditions, Intensi berdonasi di <i>Sosial Crowdfunding</i>	Kuantitatif, dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebar dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan <i>software SPSS</i> .	Variabel <i>performance expectancy, Effort Expectancy, Social influencedan Facilitating condition</i> mampu untuk memberikan motivasi seseorang untuk melakukan donasi pada suatu proyek amal melalui internet (<i>social crowdfunding</i>).

Mengingat pembahasan yang spesifik mengenai pengaruh religiusitas dan kepedulian sosial secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Kitabisa.com belum ada maka penulis ingin mengkaji hal ini lebih lanjut. Adanya persamaan antara penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu sama-sama ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi *online*. Sedangkan yang membedakan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian-penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian ini penulis melakukan uji simultan terhadap variabel religiusitas dan kepedulian sosial yang difokuskan pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan bentuk konseptual mengenai bagaimana berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai suatu masalah yang penting dipengaruhi oleh suatu teori.

Gambar 1.2
kerangka berfikir



Dari bagan di atas dapat diketahui bahwa, variabel bebas X₁ adalah religiusitas, X₂ adalah tingkat kepedulian sosial. Y merupakan variabel terikat yaitu keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding*. Variabel bebas diuji secara parsial dan kemudian dilakukan uji secara simultan terhadap variabel terikat.

D. Hipotesis

Hipotesis secara etimologis terbentuk dari dua kata, yaitu *hypo* dan *thesis*. *Hypo* memiliki arti kurang sedangkan *thesis* berarti pendapat. Selanjutnya kedua kata tersebut disatukan menjadi *hypotesis* dan di Indonesiakan menjadi hipotesis yang memiliki arti sebuah kesimpulan yang masih perlu disempurnakan. Pemahaman ini kemudian dijabarkan dengan maksud sebagai kesimpulan yang belum sempurna, sehingga harus disempurnakan dengan pembuktian kebenaran hipotesis. Hanya dengan menguji hipotesis menggunakan data lapangan, pembuktian dapat dilakukan.⁶⁹ Berdasarkan tinjauan pustaka serta kerangka konseptual, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

⁶⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial (Format - Format Kuantitatif Dan Kualitatif)* (Surabaya: Airlangga University Press, 2011), 90.

1. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

Religiusitas merupakan tingkat pemahaman seseorang terhadap agamanya serta tingkat keterikatan diri pada ajaran yang diajarkan oleh agamanya. Setiap agama tentunya mengajarkan kepada kebaikan, baik yang berhubungan langsung dengan sang pencipta maupun dengan sesama makhluk ciptaannya. Dalam Islam Allah telah memerintahkan untuk saling berbuat baik dengan sesama. Dalam hal ini berdonasi merupakan suatu kegiatan yang selaras dengan ajaran Islam yaitu saling tolong menolong dalam kebaikan. Secara teoritis semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin taat pula seseorang pada agama yang dipeluknya.⁷⁰ Hal ini dapat disimpulkan bahwa orang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi maka motivasi dalam mengambil keputusan berdonasi secara *online* pun akan semakin tinggi sebagai bentuk dari ajaran agama yang dipahami. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan March Hot Asi Sitanggang (2018), Febry Nour Aufa S (2018), dan I.A. Azis, Nurwahidin, I.Chailis (2019) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi secara *online*. Sehingga dapat ditarik hipotesis religiusitas terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* yaitu:

H₁ : Diduga Religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

2. Pengaruh tingkat kepedulian sosial terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

Kepedulian sosial merupakan sifat yang membuat pelakunya merasakan apa yang dirasakan orang lain, mengetahui rasanya jadi orang lain, yang terkadang ditunjukkan dengan tindakan memberi atau terlibat dengan orang lain tersebut. Seseorang yang memiliki tingkat kepedulian sosial yang tinggi akan tergerak untuk menolong sesama, baik secara materi maupun bantuan yang lainnya. Rasa peduli yang dimiliki oleh seseorang akan memicu dirinya dalam merasakan masalah yang dihadapi seseorang sehingga hal ini akan mendorong seseorang untuk memberikan bantuan kepada orang lain.⁷¹ Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh March Hot Asi Sitanggang (2018), dan Gofarna Sayagiri (2021) yang menyatakan bahwa tingkat kepedulian sosial berpengaruh terhadap keputusan berdonasi secara *online*. Sehingga

⁷⁰ Jalaluddin, *Memahami*, h.24.

⁷¹ Muslich, *Pendidikan....*, h.211.

dapat ditarik hipotesis pengaruh tingkat kepedulian sosial terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* yaitu:

H₂ : Diduga Tingkat kepedulian sosial berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

3. Pengaruh religiusitas dan tingkat kepedulian sosial, secara simultan (Bersama-sama) terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

Religiusitas merupakan tingkat pemahaman seseorang terhadap agamanya serta tingkat keterikatan diri pada ajaran yang diajarkan oleh agamanya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa orang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi maka motivasi dalam mengambil keputusan berdonasi secara *online* pun akan semakin tinggi sebagai bentuk dari ajaran agama yang dipahami. Kepedulian sosial adalah sifat yang membuat pelakunya merasakan apa yang dirasakan orang lain, mengetahui rasanya jadi orang lain, yang terkadang ditunjukkan dengan tindakan memberi atau terlibat dengan orang lain tersebut. Rasa peduli yang dimiliki oleh seseorang akan memicu dirinya dalam merasakan masalah yang dihadapi seseorang sehingga hal ini akan mendorong seseorang untuk memberikan bantuan kepada orang lain. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh March Hot Asi Sitanggang (2018) yang menunjukkan bahwa secara simultan religiusitas dan tingkat kepedulian sosial berpengaruh positif pada keputusan berdonasi masyarakat secara *online*. Sehingga bisa ditarik hipotesis pengaruh religiusitas dan tingkat kepedulian sosial secara Bersama-sama terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* yaitu:

H₃ : Diduga religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan salah satu cara dalam memperoleh data yang bersifat ilmiah serta memiliki maksud dan fungsi tertentu.⁷² Disebutkan dalam literatur lain bahwa metode penelitian merupakan cara mengumpulkan data penelitian yang akan digunakan oleh seorang peneliti, seperti observasi, wawancara, tes serta dokumentasi.⁷³ Sementara itu Subagyo mendefinisikan metode penelitian sebagai cara atau pendekatan dalam mendapatkan kembali jawaban atas semua persoalan.⁷⁴

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat kuantitatif yakni strategi pengujian yang bergantung pada cara berpikir positivisme, yang berfungsi dalam penelitian sebuah populasi serta sampel tertentu, pengumpulan data memakai instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang memiliki tujuan menguji hipotesis yang sudah ditentukan sebelumnya.⁷⁵ Penelitian ini difungsikan untuk menganalisis pengaruh variabel seperti tingkat religiusitas, tingkat kepedulian sosial, dan keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding*.

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data primer serta data sekunder digunakan dalam penelitian ini. Hasan menyebutkan bahwa data primer merupakan data yang didapatkan oleh individu yang sedang melakukan penelitian atau bagi yang membutuhkannya, secara langsung di lapangan. Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapatkan atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada oleh orang yang melakukan penelitian.⁷⁶ Dalam penelitian ini, data sekundernya diperoleh dari jurnal, skripsi terdahulu serta buku yang dibaca oleh penulis. Sedangkan untuk data primer diambil dari kuesioner yang disebarakan oleh peneliti kepada donatur di *platform kitabisa.com*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai sekumpulan data yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai karakteristik serta kualitas tertentu yang ditentukan

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017). h.2.

⁷³ Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).

h.136

⁷⁴ Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006). h.24

⁷⁵ Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi* (Bandung: Alfabeta, 2016). h.23

⁷⁶ Iqbal, Hasan, *Pokok Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghia Indonesia, 2002). h.58.

oleh peneliti untuk dipelajari yang selanjutnya akan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya merupakan seluruh jumlah pengguna di Kitabisa.com. jumlah donatur di Kitabisa.com hingga bulan Mei 2020 adalah 3,850,333.⁷⁷

2. Sampel

Sugiyono menyebutkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁷⁸ Hal ini dapat diartikan bahwa definisi sampel adalah perwakilan atau sebagian dari populasi sehingga hasil penelitian yang didapatkan dari sampel bisa digeneralisasikan pada populasi. Dengan alasan populasi yang diteliti cukup besar, serta peneliti mempunyai keterbatasan untuk menjangkau keseluruhan populasi maka peneliti butuh mengambil sampel.

Pada penelitian ini, metode pengambilan sampel yang dipakai adalah metode *non probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik dalam pengambilan sampel di mana setiap unsur atau anggota populasi tidak diberikan peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel.⁷⁹

Metode yang dipergunakan merupakan *sampling aksidental*. Metode *sampling aksidental* merupakan penentuan sampel yang didasarkan pada faktor spontanitas, di mana siapa pun yang secara tidak sengaja dijumpai oleh peneliti serta memiliki karakteristik (ciri-cirinya) yang sesuai, maka orang tersebut bisa dijadikan sebagai sampel.⁸⁰ Syarat dalam penentuan sampel ini adalah masyarakat yang sudah memiliki akun dan pernah berdonasi melalui *platform crowdfunding* kitabisa.com. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan perhitungan sampel menurut Rumus Slovin.⁸¹

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : kelonggaran ketidak telitian atau derajat toleransi

⁷⁷ Kitabisa.com, "Tentang Kitabisa.Com."

⁷⁸ Sugiyono, *Metode ...*, h.80–81.

⁷⁹ Ibid. h.141.

⁸⁰ Ridwan dan Akon, *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistik* (Bandung: Alfabeta, 2013).

⁸¹ Sugiyono, *Metode ...*, h.37.

Jumlah dalam populasi penelitian ini sebesar 3,850,333. Derajat toleransi yang ditentukan sebesar 10%, sehingga memberikan hasil jumlah sampel penelitian minimal 99,997 atau sama dengan 100. Berikut ini merupakan perhitungan sampel dengan rumus slovin.

$$n = \frac{3,850,333}{1 + 3,850,333 \times 0,1^2} = 99,997$$

D. Metode Pengumpulan Data

Salah satu tahapan yang sangat penting pada suatu penelitian adalah pengumpulan data, hal ini disebabkan tujuan dari sebuah penelitian adalah mendapatkan data. Data yang didapatkan oleh peneliti yang akan menunjukkan ketepatan dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Angket kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana responden diberikan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab.⁸²
2. Dokumentasi merupakan suatu cara yang dipakai dalam mendapatkan informasi serta data berupa buku, arsip, dokumen, tulisan angka serta gambar yang berbentuk laporan dan keterangan yang mampu menunjang penelitian. Dokumentasi berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan data yang selanjutnya akan ditelaah oleh peneliti.⁸³

E. Variabel Penelitian dan Pengukuran

1. Definisi Variabel

Pada penelitian ini digunakan dua variabel, yakni variabel bebas (independen) dan terikat (dependen) yang bisa dijabarkan sebagai berikut :

a. Variabel bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang memberikan pengaruh atau yang menjadi sebab adanya perubahan pada variabel terikat (dependen). Variabel bebas juga kerap disebut sebagai variabel dependen, stimulus, prediktor, eksogen. Variabel bebas pada penelitian ini digambarkan menggunakan simbol "X". Variabel independen yang dipakai pada penelitian ini adalah religiusitas (X₁), tingkat kepedulian sosial (X₂).

b. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat disebabkan keberadaan variabel lain (variabel bebas). Variabel ini pula kerap kali disebut variabel terikat, variabel endogen, atau respons. Variabel terikat pada

⁸² Sugiyono, *Metode*, h.103

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixx Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2015). h.98

penelitian ini digambarkan menggunakan simbol “Y”. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* (Y_1).

2. Pengukuran Variabel

Sugiyono mendefinisikan skala pengukuran sebagai persetujuan yang dipakai sebagai panduan dalam menentukan panjang dan singkatnya jarak pada alat ukur, sehingga apabila alat ukur tersebut dipakai pada pengukuran maka akan memberikan data yang bersifat kuantitatif.⁸⁴ Skala pengukuran ini menyebutkan nilai variabel yang diukur menggunakan instrumen tertentu yang berbentuk angka, sehingga lebih akurat, efisien serta komunikatif.

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel menggunakan skala *likert*. Sugiyono menyebutkan bahwa sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai kejadian sosial dapat diukur menggunakan skala *Likert*.⁸⁵ Berikut merupakan tabel Skala Pengukuran yang dipakai pada penelitian ini :

Tabel 2.1
Pengukuran variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Religiusitas	tingkat pemahaman seseorang terhadap agamanya serta tingkat keterikatan diri pada ajaran yang diajarkan oleh agamanya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan (Ideologi) 2. Praktik Agama (Ritualistik) 3. Pengetahuan Agama (Intelektual) 4. Pengamalan (Konsekuensi) 	Skala Likert
Tingkat Kepedulian Sosial	suatu sikap mengindahkan atau memedulikan sesuatu yang terjadi di masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tolong-Menolong 2. Tenggang Rasa 3. Toleransi 4. Aksi Sosial 5. Kerja sama 	Skala Likert

⁸⁴ Ibid., h.134

⁸⁵ Ibid., h.142

Keputusan Berdonasi	Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. kemantapan pada donasi 2. kebiasaan dalam berdonasi 3. memberikan rekomendasi ke orang lain, 4. melakukan donasi ulang 	Skala Likert
---------------------	---	--	--------------

kelebihan skala likert:

1. Pembuatannya yang relatif mudah
2. Data dan keterangan yang lebih nyata atau tegas mengenai pendapat atau sikap responden tentang masalah yang dipertanyakan dapat diperoleh karena rentang respons yang lebih besar.⁸⁶

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui ketepatan serta kecermatan sebuah instrumen dalam mengukur apa yang hendak diukur.⁸⁷ Apabila pertanyaan-pertanyaan dalam suatu kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut maka kuesioner tersebut bisa dinyatakan valid. Guna mengetahui valid atau tidaknya suatu instrumen, maka uji validitas perlu dilakukan dengan melihat taraf signifikansi 95% $\alpha = 0,05$, suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel.⁸⁸

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten jika pengukuran dilakukan pada gejala yang sama sebanyak dua kali atau lebih dengan alat ukur yang sama.⁸⁹ Suatu kuesioner dianggap reliabel apabila seseorang mampu menjawab pertanyaan yang diajukan secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas biasanya dilakukan pada indikator konstruk yang telah lolos uji validitas dan dinyatakan valid. Dalam penelitian ini, peneliti mengukur reliabilitas suatu variabel dengan memakai uji statistik *Cronbach alpha*. Suatu variabel bisa dikatakan

⁸⁶ Darmadi Duriyanto, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas Dan Perilaku Merek* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004). h.136

⁸⁷ Duwi Priyatno, *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan* (Yogyakarta: Gava Media, 2010). h.14

⁸⁸ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariat Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program IBS SPSS 20.0* (Bandung: Alfabeta, 2013). h.30

⁸⁹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013).

reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $\geq 0,60$, meskipun mempunyai nilai 0,60 masih bisa diterima. apabila kurang dari 0,60 maka dikatakan tidak reliabel.⁹⁰

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak maka dilakukan uji normalitas. Terdapat dua cara untuk mengidentifikasi apakah data tersebar dengan normal atau tidak, yaitu dengan menggunakan analisis grafik serta pengujian statistik.

1) Analisis Grafik

Dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal merupakan salah satu cara paling mudah untuk melihat normalitas residual. Suatu residual yang terdistribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Apabila sebaran data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dalam prinsipnya, normalitas bisa diketahui dengan melihat sebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Analisis Statistik

Uji normalitas menggunakan grafik bisa saja menyesatkan jika tidak berhati-hati. Jika dilihat secara tampilan terlihat normal, namun bisa jadi sebaliknya jika dilihat secara statistik. Oleh karena itu penelitian ini selain menggunakan uji grafik juga disertai dengan uji statistik. Untuk menguji normalitas data maka penelitian ini menggunakan tes Kolmogorov-smirnov, dengan menguji signifikansi asimtotik.⁹¹ Jika probabilitasnya $>0,05$ maka distribusi serta model regresi normal. Apabila probabilitas $<0,05$ maka distribusi dan model regresi tidak normal. Dengan asumsi penilaian pada uji normalitas

⁹⁰ Hengky Latan dan Seva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SPSS 20.0* (Bandung: Alfabeta, 2013). h.46

⁹¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, V.* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011). h.160-161.

bahwa apabila nilai $\text{sig} > \text{nilai } \alpha$ yaitu 5%, maka dapat dikatakan data terdistribusi normal.⁹²

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dirancang guna menguji model Regresi, apakah ada korelasi antara variabel bebas. Apabila tidak terjadi korelasi antar variabel bebas maka model regresi tersebut dikatakan baik. Variabel bebas disebut tidak ortogonal apabila variabel tersebut saling berkorelasi. Variabel bebas yang nilai korelasi antar variabelnya sama dengan nol disebut dengan variabel ortogonal. Multikolinearitas bisa dilihat dari nilai VIF, jika nilai $\text{VIF} \geq 10$ maka masih bisa ditolerir, atau nilai *eigenvalue* berjumlah satu atau lebih, ketika mendekati nol, berarti terdapat Multikolinearitas.⁹³

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan guna menguji apakah pada model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi dikatakan baik apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Uji Glejser merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi. Uji yang mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi disebut sebagai uji glejser. Suatu model regresi dapat dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas jika nilai probabilitas signifikansinya berada di atas tingkat kepercayaan 5%.⁹⁴

3. Analisis Regresi

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda, pada pengujian analisis regresi berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Teknik analisis yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat disebut dengan metode analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan dua variabel bebas yaitu religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial serta satu variabel terikat yaitu keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* Kitabisa.com. maka persamaan regresi linear bergandanya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

⁹² Agus, Nano, *Analisis ...*, h.60.

⁹³ Imam Ghozali, "Ghozali, Imam (2013)," *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2013). h.91

⁹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi ...*, h.137.

Keterangan :

Y = keputusan berdonasi

a = konstanta

b1, b2 = koefisien regresi variabel bebas

X1 = religiusitas

X2 = tingkat kepedulian sosial

e = *Error Term*, tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menerangkan variasi variabel bebas maka digunakan uji koefisien determinasi. Kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel-variabel terikat sangat terbatas apabila nilai R^2 yang dihasilkan kecil. Sedangkan variabel bebas bisa memberikan seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel terikat apabila nilai koefisien determinasi mendekati satu.⁹⁵

b. Uji F

Dilakukannya uji F dalam sebuah penelitian adalah untuk menerangkan apakah secara bersama-sama (simultan) semua variabel independen yang digunakan dalam model memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Semua variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang simultan terhadap variabel terikat apabila nilai signifikansi yang diperoleh adalah $P < 0,05$. Selain menggunakan cara tersebut, untuk menguji signifikansi uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F statistik dengan F tabel. Seluruh variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan apabila nilai F statistik lebih dari F tabel.

c. Uji t

Untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukanlah uji t. Variabel bebas dapat dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat apabila mempunyai nilai signifikansi yang dihasilkan oleh uji t adalah $P < 0,05$. Selain menggunakan cara tersebut, untuk menguji signifikansi uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t

⁹⁵ Ibid. h.97–98.

statistik dengan t tabel. Jika t statistik > t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.⁹⁶

⁹⁶ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariat Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program IBS SPSS 20.0*. h.81

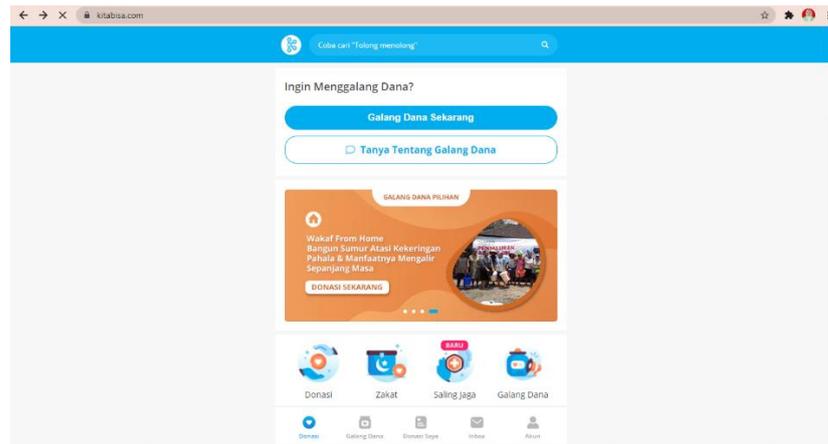
BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah berdirinya Kitabisa.com

Gambar 4.1
Tampilan halaman depan Kitabisa.com



Sumber: Kitabisa.com

Kitabisa.com merupakan *platform* terbuka yang menjalankan bisnis dalam bidang jasa berupa portal *website* www.kitabisa.com yang berfungsi untuk mengumpulkan dana dan berdonasi dalam jaringan serta bersifat transparan.

Kitabisa.com berawal dari ide kreatif seorang mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Indonesia yang mendominasi serta mempunyai tingkat kepedulian sosial yang cukup tinggi. M. Alfatih timur atau yang lebih dikenal dengan Timmy, remaja kelahiran Bukittinggi, 27 Desember 1991 ini awalnya adalah mahasiswa yang sangat akrab dengan dosennya yakni Prof. Rhenald Khasali, Guru Besar Universitas Indonesia. Beliau merupakan *founder* dari rumah perubahan. Dari arahan yang diberikan dosennya tersebut dan rasa kepedulian sosial yang tinggi yang dimilikinya, Timmy sukses merintis penggalangan dana berbasis web (*crowdfunding*) dengan mengajak teman-temannya yang terampil di bidang IT untuk membantunya menjalankan sebuah perusahaan *startup* yang sekarang dikenal sebagai situs penggalangan dana Kitabisa.com.

Pada tanggal 17 September 2014 situs *crowdfunding* Kitabisa.com mulai diluncurkan, yang bertempat di America Pacific Palace Jakarta dengan didampingi oleh Prof. Rhenald Khasali selaku Pembina Kitabisa serta *CO-Founder* Vikra Ijas.

Dalam acara tersebut, Prof. Rhenald Khasali menyampaikan tentang dasar serta sejarah berdirinya Kitabisa.com yang diawali pada pertengahan tahun 2013 dan dimotori oleh Timmy dan kawan-kawan. Gagasan mendirikan Kitabisa ini berawal dari adanya dua pihak yang kelebihan sumber daya serta mempunyai keinginan untuk menolong pihak yang memerlukan bantuan, sedangkan di lain sisi terdapat pihak yang mampu menyediakan gagasan cemerlang yang mampu memberikan fasilitas kepada mereka yang memiliki sumber daya lebih untuk menolong sesama yang memerlukan. Hal tersebut merupakan alasan bagi *platform crowdfunding* Kitabisa.com lahir dengan tujuan menghubungkan kedua belah pihak.

Yayasan Kitabisa terdaftar di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, serta telah memperoleh lisensi Pengumpulan Uang dan Barang (PUB) dari Kementerian sosial dengan SK Menteri no. 478/HUK-PS/2017, serta diaudit oleh Kantor Akuntan Publik dengan hasil wajar tanpa pengecualian.⁹⁷

2. *Value* Kitabisa.com

Kitabisa.com memberikan tempat serta teknologi *online* untuk individu, organisasi, perusahaan, komunitas, ataupun individu yang berkeinginan untuk membuat halaman penggalangan dana *online* untuk menggalang dana dengan berbagai macam tujuan, baik itu sosial, individu, maupun kreatif, dan lain sebagainya. Dan berdonasi kapan pun dan di mana pun melalui jaringan kepada proyek penggalangan yang terdapat di Kitabisa.com sesuai dengan kategori atau organisasi yang donatur inginkan.⁹⁸

Kitabisa.com menerapkan kebijakan *open platform* untuk menghubungkan kebaikan yang didasarkan dengan semangat sikap gotong royong. Di mana, hanya dengan menyelesaikan persyaratan verifikasi identitas dan tidak melanggar hukum Indonesia, maka setiap orang dapat membuat halaman donasi di Kitabisa.com hanya dalam beberapa menit.

3. Sistem Kerja Kitabisa.com

Salah satu *platform online crowdfunding* yang menawarkan tempat berupa laman situs yang disewakan pada pembuat kampanye sosial sebagai wadah untuk menggalang dana yang mereka butuhkan melalui internet adalah Kitabisa.com. Langkah utama yang mengkarakterisasi donasi *online* adalah registrasi/pendaftaran, pemilihan kampanye oleh calon donatur, transaksi materi donasi, *transfer* uang dari

⁹⁷ Kitabisa.com, “*Tentang Kitabisa.Com,*” <https://Kitabisa.Com/about-Us>, diakses 13 Juli 2021

⁹⁸ Ibid.

donatur pada layanan penyelenggara *platform*, pengelolaan donasi serta pelimpahan uang hasil donasi dari *platform* Kitabisa kepada pembuat proyek untuk diserahkan ke tujuan kegiatan.

a. Prosedur Mendaftar Sebagai Pengguna Kitabisa.com

Orang yang memakai layanan Kitabisa.com dapat disebut sebagai pengguna situs, tidak hanya terbatas pada pemilik kampanye, akan tetapi donatur maupun pihak yang hanya sekedar bertandang ke situs Kitabisa.com bisa mendaftarkan akun Kitabisa.com secara gratis. Berikut merupakan tata cara mendaftar sebagai pengguna situs Kitabisa.com; pertama, buka situs web Kitabisa “www.kitabisa.com” maka beranda depan situs kitabisa akan ditampilkan. Kedua, dalam *header* menu, klik pada 3 garis horizontal putih, lalu klik “Daftar”. Ketiga, terdapat pilihan untuk menggunakan akun Facebook atau Google dalam melakukan pendaftaran pada *website* Kitabisa.com, dengan cara log in terlebih dahulu pada akun Facebook atau Google. Atau dapat melakukan pendaftaran secara manual dengan menuliskan nama lengkap serta alamat email atau nomor WhatsApp Anda. Keempat, Kemudian tekan “Daftar” untuk menjadi pengguna. Kelima, Email respon akan dikirimkan oleh Kitabisa.com kepada email yang telah didaftarkan untuk mengaktifkan akun. Keenam, Proses pembuatan akun serta pendaftaran email telah selesai, akun tersebut telah siap untuk digunakan berdonasi atau membuat proyek galang dana.⁹⁹

b. Pembuatan *Campaign* di Kitabisa.com

Untuk membuat *campaign* di Kitabisa.com, para calon *campaigner* dapat mengikuti mekanisme pembuatan *campaign* berikut ini:

Pertama, calon *campaigner* mendaftarkan diri serta mengisi formulir yang telah disediakan pada laman Kitabisa.com. Selanjutnya *campaigner* menjelaskan *campaign* apa yang akan dikampanyekan dalam laman Kitabisa.com tersebut.

Kedua, *campaign* yang diajukan kemudian disortir oleh pihak Kitabisa.com untuk dipilih yang lolos seleksi berdasarkan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan Kitabisa.com.

Ketiga, notifikasi mengenai lolos tidaknya suatu kampanye akan dibagikan oleh pihak Kitabisa.com.

⁹⁹ Ibid.

Keempat, pemilik kampanye menjalankan *campaign* dengan kreatif mungkin serta memberitahukan kepada masyarakat melalui sosial media yang dimiliki selama rentang waktu yang telah ditentukan oleh *campaigner* sebelumnya.

Kelima, proyek berhasil terdani, hal ini bergantung pada kepiawaian *campaigner* dalam menyebarkan informasi mengenai proyek yang dilakukannya, sehingga *campaigner* yang memegang kendali atas keberhasilan suatu proyek.

Keenam, *campaigner* memberikan *feedback* yang dikerjakan sepanjang proses proyek penggalangan dana yang dilaksanakan.

Ketujuh, menyebarkan cerita keberhasilan *campaign* galang dana, baik di situs web kitabisa.com, di media sosial, atau dengan cara verbal kepada masyarakat.¹⁰⁰

1) Syarat Menjadi *Campaigner*

Jika individu atau perseorangan, yaitu mereka yang sudah ditetapkan mencapai umur menurut hukum dengan ditandai kepemilikan KTP (Kartu Tanda Penduduk) serta memiliki usia minimum 17 tahun, jika di bawah umur maka orang tua/wali wajib menjadi wakilnya.

Jika badan hukum, yaitu organisasi/komunitas/Yayasan yang mempunyai NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) serta bukti hukum (akta notaris) mengenai pendirian organisasi/komunitas/Yayasan terkait.

Siap mengikuti tahapan-tahapan verifikasi.

Campaigner mampu memberikan jaminan bahwa semua informasi yang dibagikan kepada situs Kitabisa.com adalah valid dan mampu untuk dimintai pertanggungjawabannya.

Yang terakhir *campaigner* harus siap atau bersedia mengikuti tahapan-tahapan verifikasi yang telah dibuat oleh pengelola *platform*.

2) Kewajiban *Campaigner*

Memastikan serta menegaskan bahwa semua pemberitahuan yang dituliskan dan di-*upload* ke *platform* oleh kreator adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan, akan tetapi tidak terbatas pada: keterkaitan antara pemilik kampanye dengan pihak yang menerima manfaat. Tidak menjadi pihak yang sedang tersangkut dalam proses hukum pidana atau

¹⁰⁰ Ibid.

perdata; serta berstatus bukan sebagai penyelenggara negara sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 1999 mengenai penyelenggaraan negara yang bersih serta bebas dari korupsi, sesuai dengan fakta dan kebenaran yang dipertanggung jawabkan.

Memberikan jaminan serta memastikan bahwa setiap konten yang dikirimkan dan di-*upload* di *platform* oleh peserta kampanye tidak mengandung konten terlarang.

Menetapkan 1 (satu) rekening bank dari salah satu rekan pencairan dana sebagai rekening target pencairan dana yang tidak bisa diganti, kecuali jika kondisi mendesak di mana kreator bisa meminta pengajuan penggantian data kepada penyelenggara *platform* dengan cara mengirimkan e-mail ke alamat campaign@kitabisa.com beserta keterangan dan alasan.

Dalam hal tujuan *campaign* berupa ide atau karya, *creator* harus menyebutkan bahwa ide atau karya tersebut adalah yang orisinal; atau menunjukkan bahwa izin tertentu sudah diperoleh jika berasal dari milik orang lain, sesuai dengan yang disebutkan pada peraturan perundang-undangan mengenai hak kekayaan intelektual yang berlaku.

Setuju serta bersedia untuk melepaskan pengelola *platform* atas semua perselisihan hukum ataupun tuntutan hukum, serta mengkompensasi semua kerugian yang barangkali menimpa pengelola *platform* di kemudian hari disebabkan kesalahan yang ditimbulkan oleh *campaigner*, namun tidak terbatas pada hal-hal berikut; praktik *campaign*-nya gagal terpenuhi, terpenuhi setengahnya atau terpenuhi tetapi tidak selaras dengan apa yang telah pembuat *campaign* janjikan melalui *platform*, penggelapan dan atau penyelewengan dana yang dilakukan oleh pembuat *campaign*, serta semua tindakan melawan hukum yang lain yang berlangsung baik pada saat, selama ataupun sesudah masa kampanye.

3) Larangan Pencantuman Rekening Pribadi Maupun Pihak Lain

Campaigner tidak diperbolehkan menyematkan rekening pribadinya di halaman kampanye *platform*. Kemudian dalam hal pembuat *campaign* memperoleh dukungan dari donatur di luar jaringan atau secara *offline*, dan tidak melalui dompet dalam *platform*, maka pembuat *campaign* memikul tanggung jawab penuh atas hubungan hukum yang muncul antara pembuat *campaign* dengan donatur yang terlibat.

4) Kerja sama Khusus

Pembuat *campaign* bisa menyelenggarakan Kerja sama khusus dengan pengelola *platform* guna melakukan kampanye tertentu yang diatur dalam kontrak tersendiri, yang menentukan secara rinci hak serta kewajiban para pihak.. Pengelola *platform* mempunyai keleluasaan sepenuhnya untuk menyetujui ataupun menolak kerja sama khusus yang diajukan oleh *campaigner*. *Campaigner* bisa mengontak penyedia *platform* melalui *support @kitabisa.com* guna memperoleh info yang lebih detail.

5) Pelaksanaan kampanye

Pada praktik kampanye, *campaigner* memiliki kewajiban untuk; Menjalankan apa yang sudah dijanjikan pada kampanye melalui *platform*, termasuk memberikan sepenuhnya *reward* kepada donatur jika sebuah *reward* telah dijanjikan. Menyerahkan kepada donatur dan pengelola *platform* laporan yang transparan dan kredibel tentang pelaksanaan kampanye disertai dengan dokumentasi dan bukti yang sesuai melalui situs Kitabisa.com. Dalam hal perjanjian Kerja sama khusus antara pembuat *campaign* dan pengelola *platform*, melaksanakan kewajibannya seperti yang terkandung dalam perjanjian Kerja sama khusus yang terkait. Dalam hal pelaksanaan kampanye gagal untuk terpenuhi sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan dan/atau gagal terpenuhi sama sekali disebabkan sebuah kondisi yang mengharuskan, *campaigner* hendaknya lekas membuat laporan dan diajukan kepada pihak pengelola *platform* dengan mengirimkan email melalui campaign@kitabisa.com guna ditindak lanjuti

6) Penunjukan dan Pemberian Kuasa Kepada Penyedia Platform

Campaigner setuju untuk menunjuk serta menyerahkan wewenang kepada pengelola *platform* dalam melakukan hal-hal berikut atas nama *campaigner*; Berperan sebagai penghubung eksklusif antara pembuat *campaign* dan donatur dan/atau menyebarluaskan info dari kampanye yang dilaksanakan oleh pembuat *campaign*. Menyimpan serta mengatur dana hasil donasi yang dilakukan oleh donatur yang sudah masuk ke dalam dompet atas nama pembuat *campaign*. Dalam hal terjadi perjanjian Kerja sama khusus antara pembuat *campaign* dan pengelola *platform*, maka baik pembuat *campaign* maupun pengelola *platform* akan berbuat

sesuai dengan apa yang sudah disepakati pada kontrak khusus tersebut. Segala sesuatu yang dibutuhkan dalam pelaksanaan wewenang di atas, namun tidak terbatas pada, penandatanganan semua dokumen yang dibutuhkan, surat-menyurat dengan dan ditujukan kepada pejabat yang berwenang, notaris dan/atau pejabat umum lainnya.

7) Penolakan dan Penundaan Verifikasi

Dalam tahapan verifikasi Pengelola *platform* berwenang sepenuhnya untuk menolak dan/atau mengurungkan memverifikasi akun dan/atau pembayaran dana kepada pembuat *campaign*. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya adalah; Belum memberikan informasi yang cukup kepada penyedia *platform* untuk mendaftarkan akun dan/atau pencairan dana. Dicurigai telah melakukan pelanggaran atau memiliki potensi menyalahi syarat serta ketentuan pengguna.

8) Penutupan *Campaign*

Pengelola *platform* mempunyai kewenangan sepenuhnya untuk menghentikan kampanye jika ditemukan bahwa peserta kampanye telah melakukan pelanggaran terhadap syarat serta ketentuan umum. Dalam hal pengelola *platform* menghentikan suatu kampanye, dana yang sudah masuk ke dalam dompet pembuat *campaign* yang terkait akan didistribusikan kepada kampanye lain secara asal.

c. Prosedur Donasi *Online* di Kitabisa.com

Donatur merupakan orang yang berkeinginan untuk melakukan donasi pada suatu kampanye yang digagas oleh pemilik *campaign* di *website* Kitabisa. Sementara itu pemilik kampanye merupakan pengguna terdaftar yang menjalankan penggalangan dana terbuka dengan serangkaian proses administrasi agar bisa membuka serta mengumpulkan dana dari para pengguna situs Kitabisa. Donatur harus berdonasi sesuai dengan aturan donasi yang sudah ditentukan oleh pihak pengelola *platform* Kitabisa.

1) Langkah-langkah Berdonasi *Online* di Kitabisa.com

Berikut ini merupakan tahapan-tahapan berdonasi *online* yang telah ditetapkan oleh penyedia *platform* melalui *website* kitabisa; pertama, buka *website* www.kitabisa.com. Kedua, temukan Kampanye yang dikehendaki menggunakan metode seperti memasukkan nama kampanye atau pemilik kampanye pada bidang pencarian, kemudian Klik kategori kampanye yang terdapat pada situs Kitabisa. Ketiga, tentukan kategori kampanye sosial

yang Anda inginkan, lalu tentukan kampanye sosial yang diinginkan. Kemudian klik “Donasi Sekarang”. Keempat, ketik jumlah nominal dana yang hendak disumbangkan, minimal Rp 20.000 serta ketikkan komentar (opsional) sebagai bentuk dukungan terhadap kampanye sosial tersebut. Dan klik “lanjut”. Kelima, masukkan nomor WhatsApp atau alamat email Anda untuk mendapatkan notifikasi mengenai status donasi, tentukan cara pembayaran, dapat melalui Gopay, transfer pada salah satu rekening bank (BRI, BCA, Mandiri, BNI, dan BNI Syariah) serta kartu kredit. Berikan centang guna menyetujui syarat serta ketentuan di Kitabisa.com, termasuk biaya donasi. Keenam, kemudian pihak Kitabisa akan memberikan konfirmasi pembayaran melalui SMS serta email donatur yang berisikan batas waktu transfer, nomor rekening, kode unik serta jumlah donasi yang perlu dibayarkan.¹⁰¹

2) Kewajiban dan Ketentuan Donasi

Seluruh pemberian dari para donatur adalah risiko yang ditanggung oleh donatur itu sendiri. Pihak *platform* tidak memberikan jaminan bahwa setiap kampanye di situs akan bebas dari penipuan atau penyalahgunaan dana. Untuk kampanye lain yang dicurigai di situs, donatur dapat membuat laporan atas hal tersebut dengan cara mengklik ikon “laporkan” yang disediakan oleh pihak *platform* untuk setiap kampanye.

a) Kewajiban menjadi donatur

Memikul tanggung jawab sepenuhnya atas dana yang telah didonasikan, maka dari itu para donatur berkewajiban untuk mengamati dengan cermat semua informasi tentang gagasan dan/atau kampanye pengumpulan dana yang dipublikasikan pada situs web sebelum berdonasi.

Tidak mencantumkan info tambahan yang tidak benar dan/atau menyesatkan pada situs, *link*, serta beragam bentuk media yang lain dari kampanye sebuah pengumpulan dana dalam *platform* Kitabisa.com.

Memikul tanggung jawab atas dana yang telah didonasikan serta mengetahui dampak apabila *campaigner* tidak mampu menjalankan

¹⁰¹ Ibid.

kampanye baik sebagian ataupun secara keseluruhan maka *reward* yang telah dijanjikan di awal kampanye tidak dapat dipenuhi pula.

Donatur sadar serta mengetahui bahwa pihak Kitabisa hanya memikul tanggung jawab untuk menyalurkan donasi kepada pembuat *campaign*.

Donatur harus memperhatikan setiap mereka ingin berdonasi pada suatu kampanye. Pihak pengelola situs tidak merekomendasikan donatur untuk melakukan donasi kepada kampanye yang memuat unsur ambiguitas, kebohongan, mencurigakan, penipuan serta perbuatan yang tidak diperbolehkan oleh pemerintah. Kitabisa tidak bertanggung jawab atas keteledoran donatur mengenai hal-hal yang telah diperingatkan oleh pihak pengelola situs di atas.

Setuju untuk tidak mempermasalahkan dan/atau menuntut pihak Kitabisa.com secara hukum karena penyelewengan donasi yang diperbuat oleh pihak pembuat *campaign*.

Mengetahui bahwa terdapat biaya administrasi dari mitra kartu kredit Kitabisa saat berdonasi dengan kartu kredit. Jumlah nominal donasi akan secara otomatis dipotong dengan biaya administrasi.

Donatur selalu siap untuk dihubungi oleh kitabisa, bahkan jika mereka terdaftar sebagai anonim (*anonymous donation*) guna tujuan tertentu.

Tidak menjalankan pencucian uang (*money laundry*) dan/atau memakai dari sumber yang tidak sah secara hukum saat melakukan donasi menggunakan uangnya untuk memberikan dukungan ide dan/atau kampanye pengumpulan dana yang terdapat pada situs web.¹⁰²

b) Ketentuan Donatur

Seluruh donasi yang masuk ke dalam sebuah kampanye akan dipotong biaya administrasi sebesar 5%, kecuali bagi kategori bencana alam serta zakat yang diprakarsai oleh organisasi terverifikasi serta Lembaga dimana ditentukan sebesar 0% (nol persen).

Donasi yang masuk ke Kitabisa dengan tidak menggunakan kode unik serta tidak ada konfirmasi selama 3 hari sesudah penerimaan dana

¹⁰² Ibid.

di akun rekening Kitabisa, maka akan tercatat sebagai donasi umum yang selanjutnya didistribusikan secara acak oleh pihak *platform* ke kampanye yang lain.

Dana yang diterima di Kitabisa melalui filter *top-up* dompet hanya dapat didonasikan serta ditarik kembali dengan pengurangan biaya transfer.

Pengelola *platform* menyediakan fasilitas pendistribusian dana melalui *platform* kepada penggiat dan/atau pihak yang menerima manfaat.

Dana yang diterima akan masuk ke dalam dompet atas nama pembuat *campaign* selambat-lambatnya 3 (tiga) x 24 (dua puluh empat) jam setelah penyedia *platform* memverifikasi dana yang ditransfer dari donatur.

Tanpa mengurangi hak penyedia *platform* untuk menolak dan/atau menarik dana, dana yang diterima di dompet atas nama pembuat *campaign* seluruhnya menjadi hak dari pihak yang menerima manfaat, yang perlu dipertanggung jawabkan serta hanya bisa dimanfaatkan bagi kegiatan kampanye.¹⁰³

c) Kontak Narahubung

Donatur bisa menggunakan informasi kontak yang terdapat di setiap halaman kampanye guna memperoleh detail tentang sebuah kampanye dan/atau pelaksanaan kampanye.

B. Deskripsi data penelitian

Penelitian ini memakai obyek pada orang yang pernah berdonasi secara *online* melalui *platform crowdfunding* Kitabisa.com. Responden dari penelitian ini merupakan orang yang pernah berdonasi secara *online* melalui *platform crowdfunding* Kitabisa.com.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan menggunakan fasilitas Google formulir yang disediakan oleh Google. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui media sosial dengan mengirimkan pesan langsung kepada orang-orang yang pernah berdonasi secara *online* melalui *platform crowdfunding* Kitabisa.com.

¹⁰³ Ibid.

Kuesioner disebarikan kepada orang-orang yang pernah berdonasi melalui *platform crowdfunding* Kitabisa pada Juni 2021 sebanyak 100 responden.

1. Gambaran Karakteristik Responden

Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* studi pada donatur di Kitabisa.com. Rincian pengumpulan data dapat dilihat dalam tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 3.1
Tingkat pengembalian Kuesioner

Rencana Penyebaran Kuesioner	100
Kuesioner yang disebar	100
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang diisi lengkap	100
Kuesioner yang dapat diolah	100

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari jumlah total kuesioner yang disebar yaitu, 100 kuesioner, jumlah kuesioner yang kembali 100, dan jumlah yang diisi lengkap adalah 100, serta jumlah kuesioner yang dapat diolah adalah 100.

Karakteristik responden yang diamati pada penelitian ini meliputi; usia, jenis kelamin, pekerjaan, asal daerah serta frekuensi berdonasi.

Deskripsi karakter responden disajikan sebagai berikut:

a. Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	20	20%
20-30 tahun	69	69%
31-40 tahun	10	10%
> 40 tahun	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel usia responden di atas, dari 100 responden diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan responden dengan rentang umur 20 sampai 30 tahun sebanyak 69 responden (69%). Hal ini disebabkan pada saat penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti lebih banyak menjumpai responden yang berusia 20-30 tahun.

b. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	persentase
Perempuan	76	76%
Laki-laki	24	24%
Jumlah	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel jenis kelamin di atas dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 76 responden (76%) dan laki-laki sebanyak 24 responden (24%). Hal ini menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih dominan dibandingkan responden berjenis kelamin laki-laki.

c. Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	persentase
Guru/ Tenaga Pengajar	5	5%
Pegawai swasta	11	11%
Pelajar/ Mahasiswa	78	78%
Wirausahawan	4	4%
Ibu rumah tangga	1	1%
Belum bekerja	1	1%

Jumlah	100	100%
--------	-----	------

Sumber: data primer diolah, 2021.

Berdasarkan tabel pekerjaan responden di atas, dari 100 responden diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai pelajar/ mahasiswa sebanyak 78 responden (78%). Hal ini dikarenakan pada saat penyebaran kuesioner peneliti lebih banyak menjumpai responden yang berstatus pelajar/mahasiswa.

d. Daerah Asal

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan daerah asal disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal

Pulau	Kota/ Kabupaten	Jumlah	Persentase
Jawa	Banten	3	3%
	Jakarta	4	4%
	Jawa Barat	8	8%
	Jawa Tengah	37	37%
	Jawa Timur	44	44%
Kalimantan	Kalimantan Timur	2	2%
Sumatera	Jambi	1	1%
	Riau	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel daerah asal di atas, dari 100 responden diketahui bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini berasal dari provinsi Jawa timur sebanyak 44 responden (44%).

e. Frekuensi Donasi Responden

Data frekuensi donasi yang dilakukan oleh responden dalam satu tahun disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6

Deskripsi Responden berdasarkan frekuensi donasi

Transaksi Donasi	Jumlah	Persentase
1 kali	40	40%

2 kali	19	19%
3 kali	6	6%
4 kali	3	3%
≥ 5 kali	32	32%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel frekuensi donasi yang dilakukan responden *platform crowdfunding* Kitabisa.com di atas, sebagian besar responden melakukan transaksi donasi 1 kali dalam kurun 6 bulan pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com yaitu sebanyak 40 responden atau 40%.

2. Pendapat Responden

Untuk mengetahui pendapat dari responden tentang variabel religiusitas, tingkat kepedulian sosial, serta keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Pendapat responden mengenai variabel religiusitas (X1)

No.	Pertanyaan	1 Sangat Tidak Setuju (STS)	2 Tidak Setuju (TS)	3 Ragu (R)	4 Setuju (S)	5 Sangat Setuju (SS)
1.	Saya merasa yakin dan nyaman jika melakukan donasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> kitabisa.com karena sesuai dengan keyakinan saya.	4	15	62	17	2
2.	Saya memilih berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> kitabisa.com sebagai salah satu praktik ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT.	3	13	57	25	2
3.	Saya tertarik berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com karena sesuai dengan ajaran Islam.	0	11	44	39	6

4.	Saya memilih berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com sebagai bentuk pengamalan tolong menolong antar sesama yang diajarkan oleh agama.	1	13	45	34	7
----	---	---	----	----	----	---

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel 4.7 dapat diketahui jawaban responden tentang tingkat religiusitas terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* sebagai berikut:

- a. Pertanyaan mengenai kemantapan berdonasi *online* karena sesuai dengan keyakinan yang dianut responden, diperoleh dari jawaban responden adalah 2 responden sangat setuju dan 17 responden memilih setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 18 responden memilih berdonasi *online* karena sesuai dengan keyakinan mereka. Sedangkan sebanyak 62 responden menjawab ragu-ragu, 15 responden memilih tidak setuju, dan 4 responden menjawab sangat tidak setuju.
- b. Pertanyaan mengenai berdonasi *online* sebagai praktik ibadah, diperoleh jawaban responden di mana 2 responden sangat setuju dan 25 responden menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 27 responden memilih setuju bahwa berdonasi *online* merupakan salah satu bentuk praktik ibadah mendekatkan diri kepada Allah. Sedangkan sisanya 57 responden menjawab ragu-ragu, 13 responden memilih tidak setuju, dan 3 responden menjawab sangat tidak setuju.
- c. Pertanyaan mengenai memilih berdonasi *online* karena sesuai dengan ajaran Islam, diperoleh jawaban responden dimana 6 responden sangat setuju dan 39 responden menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 45 responden memilih berdonasi *online* karena sesuai dengan ajaran Islam. Sedangkan sisanya 44 responden menjawab ragu-ragu, dan 11 responden memilih tidak setuju.
- d. Pertanyaan mengenai memilih berdonasi *online* sebagai bentuk pengamalan yang diajarkan oleh agama, didapatkan jawaban responden dimana 7 responden sangat setuju dan 34 responden menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 41 responden memilih berdonasi *online* sebagai bentuk pengamalan yang diajarkan oleh agama. Sedangkan sisanya 45

responden menjawab ragu-ragu, 13 responden memilih tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.8

Pendapat responden mengenai tingkat kepedulian sosial (X2)

No.	Pertanyaan	1 Sangat Tidak Setuju (STS)	2 Tidak Setuju (TS)	3 Ragu (R)	4 Setuju (S)	5 Sangat Setuju (SS)
1.	Saya memilih berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com sebagai bentuk tolong menolong antar sesama.	1	8	24	54	13
2.	Saya tertarik berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com karena tidak membeda-bedakan setiap individu dalam melakukan kegiatan donasi.	1	6	28	51	14
3.	Saya tertarik berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com karena menerapkan sikap toleransi.	0	0	5	64	31
4.	Saya memilih berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com sebagai bentuk aksi sosial.	1	1	18	63	17
5.	Saya tertarik berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com untuk membantu orang yang mengalami kesulitan.	0	0	6	68	26
6.	Saya tertarik berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> kitabisa.com sebagai bentuk kerja sama untuk mencapai tujuan yang baik.	0	0	7	71	22

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Dari tabel 4.8 dapat diketahui jawaban responden tentang tingkat kepedulian sosial terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* sebagai berikut:

- a. Pertanyaan mengenai memilih berdonasi *online* sebagai bentuk tolong menolong antar sesama, diperoleh dari jawaban responden adalah 13 responden sangat setuju dan 54 responden memilih setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 67 responden memilih berdonasi *online* sebagai bentuk tolong menolong antar sesama. Sedangkan sebanyak 24 responden menjawab ragu-ragu, 8 responden memilih tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.
- b. Pertanyaan mengenai ketertarikan berdonasi *online* karena tidak membedakan individu dalam setiap kegiatan donasi, diperoleh dari jawaban responden adalah 14 responden sangat setuju dan 51 responden memilih setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 65 responden tertarik berdonasi *online* karena tidak membedakan individu dalam setiap kegiatan donasi. Sedangkan sebanyak 28 responden menjawab ragu-ragu, 6 responden memilih tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.
- c. Pertanyaan mengenai ketertarikan berdonasi *online* karena menerapkan sikap toleransi, diperoleh dari jawaban responden adalah 31 responden sangat setuju dan 64 responden memilih setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 95 responden tertarik berdonasi *online* karena menerapkan sikap toleransi. Sedangkan sebanyak 8 responden menjawab ragu-ragu.
- d. Pertanyaan mengenai memilih berdonasi *online* sebagai bentuk aksi sosial, diperoleh dari jawaban responden adalah 17 responden sangat setuju dan 63 responden memilih setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 80 responden tertarik berdonasi *online* sebagai bentuk aksi sosial. Sedangkan sebanyak 18 responden menjawab ragu-ragu, 1 responden memilih tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.
- e. Pertanyaan mengenai memilih berdonasi *online* untuk membantu orang yang kesulitan, diperoleh dari jawaban responden adalah 26 responden sangat setuju dan 68 responden memilih setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 94 responden memilih berdonasi *online* untuk membantu orang yang kesulitan. Sedangkan sebanyak 6 responden menjawab ragu-ragu.
- f. Pertanyaan mengenai memilih berdonasi *online* sebagai bentuk kerja sama untuk mencapai tujuan yang baik, didapatkan dari jawaban responden adalah

22 responden sangat setuju dan 71 responden memilih setuju. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebanyak 93 responden tertarik berdonasi *online* sebagai bentuk Kerja sama untuk mencapai tujuan yang baik. Sedangkan sebanyak 7 responden menjawab ragu-ragu.

Tabel 4.9

Pendapat responden mengenai variabel keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* (Y)

No.	Pertanyaan	1 Sangat Tidak Setuju (STS)	2 Tidak Setuju (TS)	3 Ragu (R)	4 Setuju (S)	5 Sangat Setuju (SS)
1.	Saya telah merasa mantap untuk berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com	0	9	44	42	5
2.	Saya terbiasa berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com	1	8	44	43	4
3.	Berdasarkan pengalaman pribadi, saya akan merekomendasikan metode berdonasi <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com kepada orang lain.	0	7	52	38	3
4.	Suatu saat saya akan melakukan donasi ulang secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com	0	3	31	54	12

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel 4.9 dapat diketahui jawaban responden tentang keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* sebagai berikut:

- a. Pertanyaan mengenai kemantapan untuk berdonasi *online*, diperoleh dari jawaban responden adalah 5 responden sangat setuju dan 44 responden memilih setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 49 responden telah merasa mantap untuk berdonasi *online*. Sedangkan sebanyak 44 responden menjawab ragu-ragu, dan 9 responden memilih tidak setuju.

- b. Pertanyaan mengenai terbiasa berdonasi *online*, didapatkan dari jawaban responden adalah 4 responden sangat setuju dan 43 responden memilih setuju. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebanyak 47 responden terbiasa berdonasi *online*. Sedangkan sebanyak 44 responden menjawab ragu-ragu, 8 responden memilih tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.
- c. Pertanyaan mengenai merekomendasikan metode berdonasi *online* kepada orang lain, diperoleh dari jawaban responden adalah 3 responden sangat setuju dan 38 responden memilih setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 41 responden tertarik merekomendasikan donasi *online* kepada orang lain. Sedangkan sebanyak 52 responden menjawab ragu-ragu, 7 responden memilih tidak setuju.
- d. Pertanyaan mengenai melakukan donasi *online* ulang, didapatkan dari jawaban responden adalah 12 responden sangat setuju dan 54 responden memilih setuju. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebanyak 77 responden tertarik melakukan donasi *online* ulang. Sedangkan sebanyak 31 responden menjawab ragu-ragu, 3 responden memilih tidak setuju.

C. Analisis Data

- 1. Uji Instrumen
 - a. Uji Validitas

Kriteria daftar pertanyaan agar dapat dikatakan valid jika nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel atau dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Untuk mengetahui *r* hitung peneliti menggunakan alat bantu SPSS 22 sedangkan untuk mencari *r* tabel peneliti mencari dari tabel (terlampir) dengan mengetahui terlebih dahulu derajat kebebasannya.

Derajat kebebasan (*Degree of freedom*) dalam penelitian ini adalah $df = n - 2$. dengan ketentuan *n* (jumlah responden) adalah 100 responden, jadi besarnya $df = 100 - 2 = 98$ dengan α 0,05 (5%). Maka didapat *r* tabel 0,196. Adapun hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 410

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pertanyaan	<i>Corrected item total correlation</i> (<i>r</i> hitung)	<i>r</i> tabel	keterangan

Tingkat Religiusitas (X1)	R1	0,567	0,195	Valid
	R2	0,667	0,195	Valid
	R3	0,596	0,195	Valid
	R4	0,719	0,195	Valid
Tingkat Kepedulian Sosial (X2)	TKS1	0,559	0,195	Valid
	TKS2	0,665	0,195	Valid
	TKS3	0,596	0,195	Valid
	TKS4	0,667	0,195	Valid
	TKS5	0,582	0,195	Valid
	TKS6	0,463	0,195	Valid
Keputusan Berdonasi <i>Online</i> (Y)	KBO1	0,610	0,195	Valid
	KBO2	0,593	0,195	Valid
	KBO3	0,583	0,195	Valid
	KBO4	0,685	0,195	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.10, diperoleh nilai r hitung dari setiap pertanyaan dari variabel religiusitas, kepedulian sosial, dan keputusan berdonasi *online*, seluruh nilai r hitung lebih besar dari tabel 0,196. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pertanyaan-pertanyaan dari variabel religiusitas, kepedulian sosial, dan keputusan berdonasi *online* adalah valid.

b. Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur seberapa jauh konsistensi serta stabilitas jawaban yang diberikan responden dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan menggunakan alat bantu SPSS versi 22.0. Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memperoleh nilai *Cronbach alpha* $\geq 0,60$, walaupun mempunyai nilai 0,60 masih bisa diterima. Hasil uji reliabilitas variabel religiusitas, tingkat kepedulian sosial, dan keputusan berdonasi *online* adalah sebagai berikut

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r hitung	<i>Alpha cronbach</i>	keterangan
X1	0,757	0,60	Reliabel
X2	0,797	0,60	Reliabel
Y	0,621	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, tahun 2021

berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil dari pengujian reliabilitas variabel religiusitas, tingkat kepedulian sosial, dan keputusan berdonasi *online*. Hasil dari pengujian menyebutkan seluruh koefisien reliabilitas *alpha* lebih besar dari standar *Cronbach alpha* yang digunakan yaitu 0,60.

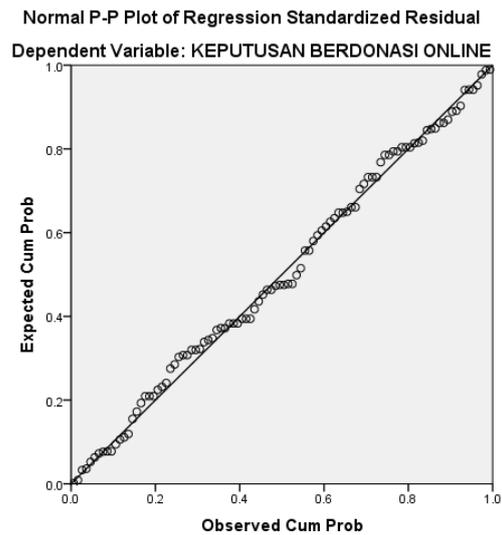
Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pertanyaan dari variabel religiusitas, tingkat kepedulian sosial, keputusan berdonasi *online* adalah reliabel untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik
a. Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji normalitas menggunakan uji grafik (P. P Plot) yang berupa titik-titik pada garis diagonal.

Untuk menguji normalitas tidak hanya menggunakan uji grafik saja karena gambar atau visual tingkat kevalidannya masih kurang untuk itu dilakukan uji normalitas menggunakan uji statistik yaitu dengan Kolmogorov-smirnov. Pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi normal, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal. Lihat data sebagai berikut:

Gambar 2.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data primer diolah, tahun 2021

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07843793
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.051
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data primer diolah, tahun 2019

Berdasarkan grafik P.P Plot yang memberikan hasil bahwa titik-titik terdistribusi mengikuti garis diagonal, sehingga bisa dikatakan data yang sudah diolah terdistribusi dengan normal atau bisa diasumsikan bahwa uji asumsi normalitas dapat diterima.

Dari tabel 4.12 di atas, didapatkan nilai signifikan atau Asymp.Sig yaitu 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari 0,05 maka dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Apabila nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22.0, hasil dari uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.930	.955		2.020	.046		
	RELIGIUSITAS	.519	.051	.633	10.089	.000	.810	1.235
	TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL	.225	.043	.328	5.232	.000	.810	1.235

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERDONASI ONLINE

Sumber : Data primer diolah, tahun 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.13 di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini semua variabel bebasnya tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF dari semua variabel bebas kurang dari 10, yaitu Variabel religiusitas sebesar (1,235) dan tingkat kepedulian sosial (1,235). Selain itu nilai *tolerance* dalam penelitian ini juga bernilai lebih dari 0,1 yaitu variabel religiusitas (0,810) dan tingkat kepedulian sosial (0,810).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode uji glejser dengan bantuan program SPSS 22.0. Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.087	.569		.154	.878
	RELIGIUSITAS	-.025	.031	-.089	-.803	.424
	TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL	.045	.026	.196	1.768	.080

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Primer diolah, tahun 2021

Dari tabel 4.14 di atas, diketahui hasil uji glejser setiap variabel independen yaitu religiusitas (0,424) dan tingkat kepedulian sosial (0,080) ternyata lebih dari 0,05. Dari hasil uji glejser di atas bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat serta memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua variabel bebas. Variabel bebas pada penelitian ini adalah religiusitas (X1) dan tingkat kepedulian sosial(X2) . Variabel terikatnya adalah keputusan berdonasi *online* (Y). Nilai koefisien regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.930	.955		2.020	.046
	RELIGIUSITAS	.519	.051	.633	10.089	.000
	TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL	.225	.043	.328	5.232	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERDONASI

Sumber : Data primer diolah, tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresi yang terbentuk adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 1.930 + 0.519X_1 + 0.225X_2 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Berdonasi *online*

X1 = Religiusitas

X2 = Tingkat Kepedulian Sosial

e = eror

Berdasarkan persamaan di atas, dapat diterangkan sebagai berikut:

- a. nilai konstan sebesar 1.930. artinya apabila variabel religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial, tidak dimasukkan ke dalam penelitian, maka tingkat keputusan masyarakat untuk berdonasi secara *online* masih meningkat sebesar 1,930. Hal ini disebabkan adanya pengaruh lain selain variabel religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial.
 - b. koefisien regresi pada variabel religiusitas (X1) sebesar 0,519 adalah positif. Artinya jika terjadi peningkatan religiusitas, dalam hal ini kepercayaan, praktik agama, pengetahuan agama dan pengamalan, maka keputusan masyarakat berdonasi *online* akan bertambah 51,9% diaman faktor-faktor lain dianggap konstan.
 - c. koefisien regresi pada variabel tingkat kepedulian sosial (X2) sebesar 0.225 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan tingkat kepedulian sosial dalam hal ini, tolong menolong, tenggang rasa, toleransi, aksi sosial, dan berakhlak mulia, maka keputusan masyarakat berdonasi *online* akan bertambah 22,5% dimana faktor-faktor lain dianggap konstan.
4. Uji Hipotesis
- a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi mempunyai fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial terhadap variabel keputusan masyarakat berdonasi *online* dengan melihat *Adjusted R Square*. Hasil penelitian koefisien determinasi dapat dilihat dengan tabel di bawah ini.

Tabel 4.16

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.690	.684	1.089

a. Predictors: (Constant), TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL, RELIGIUSITAS

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Hasil *output* dari SPSS diperoleh besarnya *adjusted R*² sebesar 0,684, hal ini berarti 68,4% keputusan berdonasi *online* yang dapat dijelaskan oleh variabel religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial. Sedangkan sisanya (100% - 68,4% = 31,6%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model.

Standar Error of Estimate (SEE) sebesar 1,089. Semakin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

b. Uji F

Uji F atau anova bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan atau bersama sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini uji F dibantu dengan program SPSS versi 22.0. Kriteria pengambilan keputusan uji F pada penelitian ini adalah dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel. Jika F hitung lebih besar dari F tabel maka dapat dikatakan hipotesis diterima. Nilai F tabel dapat diketahui dari; $F(k; n-k) = F(2; 100-2) = F(2; 98) = 3,09$. Berikut adalah hasil dari uji F untuk penelitian ini:

Tabel 4.17

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.700	2	128.350	108.129	.000 ^b
	Residual	115.140	97	1.187		
	Total	371.840	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERDONASI

b. Predictors: (Constant), TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL, RELIGIUSITAS

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel $108.129 > 3,09$ dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05 yaitu 0,000. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel religiusitas,

dan tingkat kepedulian sosial, jika diuji secara serempak (simultan) berpengaruh signifikan dan simultan terhadap keputusan berdonasi secara *online*.

c. Uji t

Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria penilaian dalam uji t ini menggunakan nilai t tabel, jika t hitung > t tabel artinya terdapat pengaruh variabel X terhadap Y. Apabila t tabel < t hitung, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Diketahui bahwa t tabel untuk $df = n - 2$ yaitu $df = 100 - 2 = 98$ dan tingkat signifikansi (α) = 5% maka diperoleh t tabel sebesar 1,988.

Tabel 4.18

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.930	.955		2.020	.046		
	RELIGIUSITAS	.519	.051	.633	10.089	.000	.810	1.235
	TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL	.225	.043	.328	5.232	.000	.810	1.235

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERDONASI ONLINE

Sumber : Data primer diolah 2021

Berdasarkan hasil uji parsial antara variabel independen religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (keputusan berdonasi *online*). Memberikan hipotesis bahwa :

- 1) t hitung lebih besar dari pada t tabel, $10,089 > 1,988$. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi *online*.
- 2) t hitung lebih besar dari pada t tabel, $5,232 > 1,988$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tingkat kepedulian sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi *online*.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Pengambilan data pada penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang telah dibagikan melalui *link* Google formulir secara *online* kepada donatur Kitabisa.com. selanjutnya data yang telah terkumpul, diolah dan dianalisis dan memperoleh hasil sebagai berikut :

1. Hipotesa Pertama: Religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

Hasil uji hipotesis sesuai dengan perolehan hasil uji t dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu $10,089 > 1,988$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam variabel religiusitas terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* sehingga hipotesis pertama diterima.

Hasil tersebut menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*, dimana semakin tinggi religiusitas seseorang semakin tinggi pula keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

Adanya pengaruh positif dan signifikan dari religiusitas terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* karena pada dasarnya setiap agama memerintahkan untuk berbuat baik terhadap sesama, seseorang dengan tingkat religiusitas yang tinggi mampu memahami perintah tersebut dan mengamalkannya, salah satunya dalam bentuk berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Febry Nour Aufa S. (2018) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan donatur dalam menyalurkan infak via *social networking site* (SNS), yang menyebutkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi *online*.

2. Hipotesa kedua: Tingkat kepedulian sosial berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

Hasil uji hipotesis sesuai dengan perolehan hasil uji t dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu $5,232 > 1,988$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel tingkat kepedulian sosial terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* sehingga hipotesis kedua diterima.

Hasil tersebut menyatakan bahwa tingkat kepedulian sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding*

berbasis *online*, dimana semakin tinggi tingkat kepedulian sosial seseorang semakin tinggi pula keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

Adanya pengaruh positif dan signifikan dari tingkat kepedulian sosial terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* karena seseorang dengan tingkat kepedulian sosial yang tinggi cenderung lebih peka dan peduli terhadap sekitar sehingga mendorong dirinya untuk membantu masalah orang lain, salah satunya dengan memberikan donasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sitanggang (2018), Gofarna Sayagiri (2020) yang menyebutkan bahwa kepedulian sosial merupakan salah satu faktor yang mendorong masyarakat untuk berdonasi *online*.

3. Hipotesa ketiga: Religiusitas, dan Tingkat Kepedulian Sosial secara Bersamaan berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi masyarakat melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.

Hipotesa ini diterima karena berdasarkan uji F yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hasil nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel $108,129 > 3,09$. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel religiusitas, dan tingkat kepedulian sosial apabila diuji secara serempak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi *online*. Hal ini menyatakan bahwa apabila variabel religiusitas dan kepedulian sosial ditingkatkan, maka secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan berdonasi online.

Menurut Dessy, Naili, dan Nasrul motivasi seseorang dalam beramal berkaitan dengan tanggungjawab sosial, agama dan filosofi pribadi. Seseorang dengan rasa tanggung jawab sosial yang kuat kemungkinan besar akan turut berpartisipasi dalam beramal melalui *social crowdfunding*.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Nasrul Zaki Fuadi, Dessy Farida, and Naili Saadah, "Empathy or Self-Credibility? An Empirical Study of Intentions to Donate through Social Crowdfunding Using the UTAUT Model" (2020): h.6.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian teoritis serta penelitian yang telah dilakukan dalam penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, dan Tingkat Kepedulian Sosial Terhadap Keputusan Berdonasi Masyarakat Melalui *Platform Crowdfunding* Berbasis *Online* (Studi Kasus Pada Donatur di Kitabisa.com)” maka secara garis besar dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel religiusitas berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 10,089 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,988 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* Kitabisa.com. Artinya jika variabel religiusitas ditingkatkan maka keputusan berdonasi *online* akan meningkat.
2. Variabel tingkat kepedulian sosial berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,232 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,988 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa kepedulian sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* Kitabisa.com. Artinya jika variabel kepedulian sosial ditingkatkan maka keputusan berdonasi *online* akan meningkat.
3. Variabel religiusitas dan tingkat kepedulian sosial secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online* Kitabisa.com. hal ini ditunjukkan dengan hasil uji F yang memperoleh nilai F_{hitung} sebesar 108,129 lebih besar dari F_{tabel} 3,09, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menyatakan bahwa apabila variabel religiusitas dan kepedulian sosial ditingkatkan, maka secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan berdonasi online.

B. Saran

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah atau mengganti beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* berbasis *online*.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel sehingga bisa diperoleh hasil penelitian dengan tingkat generalisasi yang tinggi.

3. Hasil penelitian ini sekiranya bisa dijadikan sebagai acuan bagi penelitian lain untuk mengembangkan maupun mengoreksi dan melakukan perbaikan seperlunya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Abdillah Muhammad bin Ismail al-Bukhari. *Sahih Al-Bukhari*. Mauşū'ah al-Ḥadīş al-Syarīf [CD ROM], n.d.
- Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Alma, Buchori. *Pembelajaran Studi Sosial*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Ancok dan Suroso. *Psikologi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Aziz, Imam Abdul, Nurwahidin Nurwahidin, and Irwan Chailis. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online." *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 1 (2019): 94–108.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial (Format - Format Kuantitatif Dan Kualitatif)*. Surabaya: Airlangga University Press, 2011.
- Charities Aid Foundation. "CAF World Giving Index 10th Edition." *Charities Aid Foundation* 1, no. October (2019): 1–28. <https://www.cafonline.org/about-us/publications/2019-publications/caf-world-giving-index-10th-edition>.
- Dini Destina Sari. "Peranan Karang Taruna Dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial Pemuda Kelurahan Margodadi Kecamatan Metro Selatan Kota Metro." Universitas Lampung, 2016.
- Drs. Daryanto, Suryati Darmiatun, S.Si., M.T. *Implementasi Pendidikan Karakter Di Sekolah*. Edited by MT Drs. H. Bintoro, ST. 1st ed. Yogyakarta: penerbit Gava Media, 2013.
- Duriyanto, Darmadi. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Etta Mamang Sangadji. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013.

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. V*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- . “Ghozali, Imam (2013).” *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2013).
- Group, Aging Working. “Multidimensional Measurement of Religiousness/ Spirituality for Use in Health Research: A Report of the Fetzer Institute/ National Institute on Aging Working Group” (n.d.).
- Hariyani, Iswi, and Cita Yustisia Serfiyani. “Perlindungan Hukum Sistem Donation Based Crowdfunding Pada Pendanaan Industri Kreatif Di Indonesia.” *Jurnal legalisasi Indonesia* 12, no. 4 (2015): 1–22.
- Hasan, Iqbal. *Pokok Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghia Indonesia, 2002.
- Hengky Latan dan Selva Temalagi. *Analisis Multivariat Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program IBS SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Hengky Latan dan Seva Temalagi. *Analisis Multivariate Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Husain at tariqi, Abdullah A. *Ekonomi Islam Prinsip, Dasar Dan Tujuan*. Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004.
- Irfan Syauqi dan Laily Dwi ARsyianti. *Ekonomi Pembangunan Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Jabrohim. *Tahajjut Cinta*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Jaihutan, Zaki. “No Hukum Crowdfunding Di Indonesia.” Last modified 2014. <https://wujudkanid.wordpress.com>.
- Jalaluddin. *Memahami Perilaku Keagamaan Dengan Menerapkan Prinsip-Prinsip Psikologi*. Jakarta: Rajawali Press, 2005.
- Jalaludin. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Kitabisa.com. “Tentang Kitabisa.Com.” <https://Kitabisa.Com/about-Us>.
- Kotler dan keller. *Manajemen Pemasaran*. Dua belas. Jakarta: Erlangga, 2012.
- M. Nur Ghufro dan Rini Risnawati. *Teori Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media,

2012.

- Muhammad Quraish SHIHAB. *Tafsir Al-Misbah*. II. Jakarta: Lentera Hati, 2004.
- Musa, Asyarie. *Agama Kebudayaan Dan Pembangunan Menyongsong Era Industrialisasi*. Yogyakarta: Kalijaga Press, 1988.
- Muslich, Masnur. *Pendidikan Karakter: Menjawab Tantangan Krisis Multidimensional*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Nafidzah, Insiyatun. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Online Di Kitabisa.Com." Universitas Brawijaya, 2020.
- Nugroho, Arief Yuswanto, and Fatichatur Rachmaniyah. "Fenomena Perkembangan Crowdfunding Di Indonesia." *Ekonika : Jurnal ekonomi universitas kadiri* 4, no. 1 (2019): 34.
- Priyatno, Duwi. *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Yogyakarta: Gava Media, 2010.
- Prof. Dr. Sugiono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixx Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Putri, Rachmatul Amaliyah Eka. "Pengaruh Tingkat Kepedulian Sosial Dan Kemampuan Interaksi Sosial Siswa Terhadap Perilaku Bullying Pada Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah Di Malang Raya." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2020.
- Rachel E. Wheat, Yiwei Wang, Jarret E. Byrnes, Jai Ranganathan. "Raising Money for Scientific Research through Crowdfunding." *Trends in Ecology & Evolution* 28, no. 2 (2013): 71–72.
- Ramayulis. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Kalam Mulia, 2004.
- RI, Kementrian Agama. *Mushaf Al-Azzam*. Kota Bekasi: PT. Alribh Murtadho Jaya, 2014.
- Ridwan dan Akon. *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistik*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Rizky Windu Primastuti, Umbu Tagela, Setyorini. "Penggunaan Layanan Bimbingan Kelompok Dalam Meningkatkan Kepedulian Social Siswa Kelas XI Bahasa SMA Kristen Satya Wacana Salatiga Tahun Ajaran 2018/2019." *Jurnal Psikologi Konseling* 15, no. 2 (2019): 441–450.
- S, Febry Nour Aufa. "DONATUR DALAM MENYALURKAN INFAQ VIA SOCIAL NETWORKING SITE (SNS) (Studi Pada Masyarakat Muslim Kota Malang) JURNAL

- ILMIAH Disusun Oleh :” (2018).
- Sahm, Marco, Paul Belleflamme, Thomas Lambert, and Armin Schwienbacher. “Corrigendum to ‘Crowdfunding: Tapping the Right Crowd.’” *Journal of Business Venturing* 29, no. 5 (2014): 610–611. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.06.001>.
- Sari, Annisyah Paradhita. “Awareness, Pengaruh Brand Dan, Kualitas Proyek Terhadap, Kepercayaan Berdonasi, Keputusan Pada, Online Crowdfunding, Platform Com, Kitabisa.” *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara* (2019): 104.
- Sayagiri, G. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Crowdfunding Melalui Kitabisa.Com” (2021).
- Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Tujuh. Jakarta: Indeks, 2008.
- Setiadi. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.
- Sitanggang, March Hot Asi. “Memahami Mekanisme Crowdfunding Dan Motivasi Berpartisipasi Dalam Platform Kitabisa.Com.” *E Journal UNDIP* 6, no. 3 (2018): 1–11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/20859/19553>.
- Subagyo, Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Sugiyono. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Tjiptono. *Service, Quality and Satisfaction*. Tiga. Yogyakarta: Andi, 2012.
- Zaki Fuadi, Nasrul, Dessy Farida, and Naili Saadah. “Empathy or Self-Credibility? An Empirical Study of Intentions to Donate through Social Crowdfunding Using the UTAUT Model” (2020): 1–8.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kuesioner penelitian

Pengaruh Religiusitas dan Tingkat Kepedulian sosial Terhadap Keputusan Berdonasi Masyarakat Melalui *Platform Crowdfunding* Berbasis *Online*
(Studi Kasus Pada Donatur di Kitabisa.com)

Kepada Yth Bapak/Ibu/Saudara/i

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan Ekonomi Islam, angkatan 2017 yang sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Religiusitas dan Tingkat Kepedulian sosial Terhadap Keputusan Berdonasi Masyarakat Melalui *Platform Crowdfunding* Berbasis *Online* (Studi Kasus Pada Donatur di Kitabisa.com)” untuk menyelesaikan tugas skripsi saya. Dalam penelitian ini saya membutuhkan informasi melalui kuesioner di bawah ini. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan kesediaan dan bantuan Anda untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner ini. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,



Farah Nur Aini

Kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini.

Nama :
 Jenis Kelamin :
 Usia :
 Pekerjaan :
 Daerah Asal :
 Frekuensi donasi dalam 6 bulan terakhir :

Bapak/Ibu/Saudara diminta untuk menilai faktor minat yang Bapak/Ibu/Saudara rasakan pada asuransi syariah. Beri tanda centang (√) pada salah satu jawaban dari beberapa alternatif pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

R = Ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Mohon berikan tanda (√) pada kolom penilaian sesuai dengan pendapat Anda

1. Tingkat Religiusitas

No.	Pertanyaan	1 Sangat Tidak Setuju (STS)	2 Tidak Setuju (TS)	3 Ragu (R)	4 Setuju (S)	5 Sangat Setuju (SS)
1.	Saya merasa yakin dan nyaman jika melakukan donasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> kitabisa.com karena sesuai dengan keyakinan saya.					
2.	Saya memilih berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> kitabisa.com sebagai					

	salah satu praktik ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT.					
3.	Saya tertarik berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com karena sesuai dengan ajaran Islam.					
4.	Saya memilih berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com sebagai bentuk pengamalan tolong menolong antar sesama yang diajarkan oleh agama.					

2. Tingkat Kepedulian Sosial

No.	Pertanyaan	1 Sangat Tidak Setuju (STS)	2 Tidak Setuju (TS)	3 Ragu (R)	4 Setuju (S)	5 Sangat Setuju (SS)
1.	Saya memilih berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com sebagai bentuk tolong menolong antar sesama.					
2.	Saya tertarik berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com karena tidak membedakan setiap individu dalam melakukan kegiatan donasi.					
3.	Saya tertarik berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com karena menerapkan sikap toleransi.					
4.	Saya memilih berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com sebagai bentuk aksi sosial.					

5.	Saya tertarik berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com untuk membantu orang yang mengalami kesulitan.					
6.	Saya tertarik berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> kitabisa.com sebagai bentuk kerja sama untuk mencapai tujuan yang baik.					

3. Keputusan Berdonasi

No.	Pertanyaan	1 Sangat Tidak Setuju (STS)	2 Tidak Setuju (TS)	3 Ragu (R)	4 Setuju (S)	5 Sangat Setuju (SS)
1.	Saya telah merasa mantap untuk berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com					
2.	Saya terbiasa berdonasi secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com					
3.	Berdasarkan pengalaman pribadi, saya akan merekomendasikan metode berdonasi <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com kepada orang lain.					
4.	Suatu saat saya akan melakukan donasi ulang secara <i>online</i> melalui <i>platform crowdfunding</i> Kitabisa.com					

Lampiran 2 Daftar Identitas Responden

No.	Asal Daerah	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Usia	Frekuensi Donasi dalam 6 bulan terakhir
1	Tuban	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	2 kali
2	Ngawi	Pelajar	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
3	Semarang	Mahasiswa	Perempuan	< 20 tahun	2 kali
4	Purwodadi	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	3 kali
5	Pati	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	2 kali
6	Banyuwangi	Mahasiswa	Laki-Laki	< 20 tahun	2 kali
7	Semarang	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	2 kali
8	Lamongan	Mahasiswa	Laki-Laki	20-30 tahun	3 kali
9	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	3 kali
10	Lamongan	Pelajar	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
11	Lamongan	Wirausahawan	Laki-Laki	20-30 tahun	1 kali
12	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
13	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
14	Gresik	Belum bekerja	Perempuan	20-30 tahun	≥5 kali
15	Lamongan	Guru/ Tenaga pengajar	Perempuan	20-30 tahun	2 kali
16	Semarang	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
17	Semarang	Pegawai swasta	Laki-Laki	30-40 tahun	≥5 kali
18	Semarang	Pegawai swasta	Laki-Laki	30-40 tahun	2 kali
19	Semarang	Ibu rumah tangga	Perempuan	30-40 tahun	4 kali
20	Demak	Pelajar	Perempuan	< 20 tahun	≥5 kali
21	Semarang	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥5 kali
22	Lamongan	Guru/ Tenaga pengajar	Perempuan	30-40 tahun	2 kali
23	Gresik	Guru/ Tenaga pengajar	Perempuan	30-40 tahun	≥5 kali
24	Tuban	Pelajar	Laki-Laki	< 20 tahun	≥5 kali
25	Lamongan	Pelajar	Laki-Laki	< 20 tahun	1 kali
26	Demak	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
27	Tegal	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
28	Gresik	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥5 kali
29	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	3 kali

30	Semarang	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	3 kali
31	Lamongan	Wirausahawan	Laki-Laki	≥ 40 tahun	1 kali
32	Kendal	Pelajar	Perempuan	< 20 tahun	≥ 5 kali
33	Gresik	Guru/ Tenaga pengajar	Laki-Laki	30-40 tahun	≥ 5 kali
34	Surabaya	Pegawai swasta	Laki-Laki	30-40 tahun	1 kali
35	Pati	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥ 5 kali
36	Jepara	Mahasiswa	Laki-Laki	20-30 tahun	2 kali
37	Pati	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
38	Lamongan	Pegawai swasta	Perempuan	20-30 tahun	≥ 5 kali
39	Gresik	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
40	Kendal	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
41	Rembang	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
42	Bekasi	Mahasiswa	Laki-Laki	20-30 tahun	1 kali
43	Probolinggo	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
44	Tegal	Mahasiswa	Laki-Laki	< 20 tahun	2 kali
45	Tegal	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥ 5 kali
46	Pati	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	2 kali
47	Demak	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥ 5 kali
48	Bontang	Pegawai swasta	Perempuan	20-30 tahun	≥ 5 kali
49	Bekasi	pelajar	Perempuan	< 20 tahun	1 kali
50	Cilacap	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
51	Jakarta Pusat	Mahasiswa	Perempuan	< 20 tahun	1 kali
52	Semarang	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥ 5 kali
53	Bogor	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	2 kali
54	Tangerang Selatan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥ 5 kali
55	Bekasi	Mahasiswa	Perempuan	< 20 tahun	kali
56	Solo	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
57	Bogor	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
58	Semarang	Wirausahawan	Perempuan	20-30 tahun	≥ 5 kali
59	Pekanbaru	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
60	Balikpapan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	2 kali
61	Bogor	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥ 5 kali
62	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥ 5 kali
63	Jakarta Barat	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥ 5 kali

64	Tangerang Selatan	Mahasiswa	Perempuan	< 20 tahun	1 kali
65	Purwakarta	Mahasiswa	Perempuan	< 20 tahun	1 kali
66	Tegal	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
67	Jakarta Pusat	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥5 kali
68	Semarang	Mahasiswa	Laki-Laki	< 20 tahun	≥5 kali
69	Semarang	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	4 kali
70	Lumajang	Pelajar	Perempuan	< 20 tahun	1 kali
71	Gresik	Guru/ Tenaga pengajar	Perempuan	30-40 tahun	1 kali
72	Surabaya	Pelajar	Perempuan	< 20 tahun	2 kali
73	Bekasi	Pegawai swasta	Perempuan	20-30 tahun	≥5 kali
74	Tangerang Selatan	Pegawai swasta	Perempuan	20-30 tahun	≥5 kali
75	Jakarta Pusat	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥5 kali
76	Lamongan	Mahasiswa	Laki-Laki	20-30 tahun	1 kali
77	Semarang	Mahasiswa	Laki-Laki	20-30 tahun	≥5 kali
78	Surabaya	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
79	Lamongan	Pelajar	Perempuan	< 20 tahun	1 kali
80	Semarang	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥5 kali
81	Semarang	Mahasiswa	Laki-Laki	20-30 tahun	1 kali
82	Lamongan	Mahasiswa	Laki-Laki	20-30 tahun	≥5 kali
83	Semarang	Pegawai swasta	Laki-Laki	30-40 tahun	≥5 kali
84	Semarang	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	2 kali
85	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	< 20 tahun	≥5 kali
86	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	≥5 kali
87	Semarang	Mahasiswa	Laki-Laki	< 20 tahun	1 kali
88	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	2 kali
89	Lamongan	Pegawai swasta	Laki-Laki	20-30 tahun	≥5 kali
90	Semarang	Mahasiswa	Perempuan	< 20 tahun	1 kali
91	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	4 kali
92	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
93	Lamongan	Mahasiswa	Laki-Laki	20-30 tahun	1 kali
94	Gresik	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	3 kali
95	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	2 kali
96	Lamongan	Mahasiswa	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
97	Gresik	Pegawai swasta	Laki-Laki	30-40 tahun	1 kali

98	Lamongan	Pegawai swasta	Perempuan	20-30 tahun	1 kali
99	Jambi	Mahasiswa	Perempuan	< 20 tahun	1 kali
100	Lamongan	Wirasahawan	Laki-Laki	20-30 tahun	2 kali

Lampiran 3 Rekap Data

No.	Religiusitas (X1)				Skor X1	Tingkat Kepedulian Sosial (X2)						Skor (X2)	M Y.1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		
1	3	3	2	3	11	3	3	4	3	4	4	21	3
2	1	2	1	1	5	1	1	4	1	3	4	14	2
3	2	3	3	2	11	3	3	4	4	4	4	22	3
4	4	5	5	4	18	2	5	4	4	4	4	23	3
5	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	4	24	3
6	3	3	3	3	12	4	3	4	4	4	4	23	3
7	4	4	4	4	15	4	4	4	2	4	3	21	4
8	3	4	3	3	13	2	4	5	5	4	4	24	4
9	4	3	4	4	14	3	3	4	4	4	4	22	4
10	2	2	2	2	8	3	3	4	3	4	5	22	3
11	3	2	3	3	11	2	3	3	3	4	3	18	3
12	1	4	2	1	10	4	4	4	4	4	4	24	3
13	3	4	2	3	12	4	3	4	4	4	4	23	2
14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4
15	3	3	3	3	13	4	4	4	4	4	5	25	4
16	3	2	3	3	11	3	4	4	4	4	4	23	3
17	4	3	4	4	14	4	4	5	5	5	5	28	5
18	4	3	3	4	13	4	3	4	4	4	4	23	3
19	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	4	24	4
20	3	4	4	3	14	5	4	5	5	5	5	29	3
21	3	4	5	3	15	4	4	5	5	5	5	28	4
22	4	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	24	4
23	3	4	3	3	13	4	5	5	5	5	5	29	4
24	4	4	5	4	16	5	5	5	4	4	4	27	5
25	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	22	4

26	3	3	2	3	10	3	4	4	4	4	4	23	2
27	3	4	3	3	13	4	4	4	4	4	4	24	3
28	3	4	3	3	13	5	5	5	5	5	5	30	4
29	3	3	3	3	11	4	4	4	4	4	4	24	4
30	3	4	4	3	14	3	4	5	4	4	4	24	3
31	3	5	4	3	15	4	3	3	4	5	3	22	5
32	3	4	3	3	13	4	3	5	4	5	4	25	4
33	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	29	4
34	3	3	3	3	12	2	3	4	3	4	4	20	3
35	3	3	3	3	12	5	5	5	5	5	5	30	3
36	3	4	2	3	12	4	4	4	3	4	3	22	4
37	2	2	3	2	9	4	3	4	4	4	4	23	2
38	4	3	4	4	15	5	3	4	4	4	4	24	4
39	3	3	3	3	12	3	3	4	4	4	4	22	3
40	2	3	3	2	10	4	4	4	3	3	4	22	3
41	3	3	3	3	12	3	4	4	4	4	4	23	4
42	2	2	2	2	9	3	4	4	4	4	4	23	2
43	3	4	3	3	13	5	4	3	4	4	3	23	4
44	2	4	2	2	10	4	2	5	5	5	5	26	4
45	3	3	4	3	13	5	4	4	4	4	4	25	3
46	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	4	24	3
47	4	4	4	4	15	5	4	5	4	4	4	26	3
48	4	3	3	4	13	3	4	5	4	4	4	24	4
49	3	4	4	3	14	4	3	4	4	4	4	23	3
50	3	3	2	3	11	4	3	4	3	3	4	21	3
51	3	4	3	3	13	4	4	4	4	4	4	24	4
52	3	4	4	3	15	3	4	5	4	5	4	25	3
53	2	3	3	2	10	4	4	4	4	4	4	24	2
54	3	3	4	3	13	3	4	5	5	5	5	27	3
55	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	4	24	4
56	3	3	3	3	12	2	2	4	3	4	3	18	4
57	3	3	4	3	12	4	4	4	4	4	4	24	3
58	3	3	3	3	11	5	5	5	5	5	5	30	4
59	2	2	2	2	7	3	3	4	4	4	4	22	2
60	3	3	3	3	12	3	3	4	3	3	4	20	3
61	3	4	4	3	14	4	4	5	4	4	4	25	4
62	3	3	4	3	14	4	4	4	4	4	4	24	3

63	3	4	4	3	14	4	4	5	4	4	4	25	4
64	3	2	3	3	11	3	2	4	3	4	4	20	3
65	4	2	2	4	13	2	2	3	4	4	4	19	3
66	2	4	2	2	10	2	4	4	4	4	4	22	3
67	3	3	4	3	13	3	4	5	3	5	5	25	2
68	3	5	4	3	15	4	3	4	4	4	4	23	4
69	4	2	3	4	12	4	5	5	3	4	4	25	3
70	2	4	4	2	11	4	4	4	4	4	4	24	3
71	3	3	4	3	13	4	4	4	4	4	4	24	4
72	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	4	24	3
73	4	4	5	4	15	4	5	4	4	5	5	27	4
74	4	4	4	4	15	4	2	4	4	5	5	24	4
75	5	5	4	5	18	5	5	5	5	4	4	28	4
76	3	3	4	3	13	4	3	4	3	4	4	22	3
77	4	3	4	4	15	4	4	5	5	5	5	28	4
78	3	3	3	3	12	3	3	4	3	4	4	21	4
79	3	4	3	3	12	4	3	4	4	4	4	23	4
80	3	4	4	3	15	4	3	4	4	4	4	23	4
81	3	3	3	3	12	4	4	4	3	4	4	23	3
82	4	5	3	4	15	5	5	5	5	5	4	29	4
83	4	4	3	4	15	4	5	5	4	5	5	28	4
84	3	3	3	3	12	3	4	4	4	4	4	23	3
85	2	4	4	2	13	4	4	4	4	5	4	25	4
86	4	4	4	4	15	3	4	4	4	4	4	23	4
87	4	3	3	4	14	4	4	4	3	3	4	22	3
88	3	4	2	3	12	4	4	4	4	4	4	24	3
89	3	3	5	3	15	5	5	5	5	5	5	30	4
90	1	3	3	1	8	3	2	4	4	4	4	21	2
91	4	4	5	4	17	3	4	5	3	5	5	25	5
92	3	4	4	3	14	4	4	4	4	4	4	24	5
93	3	4	4	3	14	4	4	4	4	4	4	24	4
94	4	4	4	4	16	4	4	5	5	4	4	26	4
95	4	4	3	4	15	2	3	4	4	5	5	23	3
96	2	3	3	2	10	4	3	5	4	5	5	26	3
97	3	3	3	3	11	4	3	4	3	4	4	22	3
98	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	3	19	3
99	2	2	3	2	9	4	5	5	4	5	4	27	3

100	4	3	4	4	15	5	4	5	5	5	5	29	3
-----	---	---	---	---	----	---	---	---	---	---	---	----	---

Lampiran 4 Uji Kelayakan Data

1. Uji validitas religiusitas (X1)

Correlations

		R1	R2	R3	R4	SKOR_X1
R1	Pearson Correlation	1	.676**	.277**	.383**	.759**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
R2	Pearson Correlation	.676**	1	.348**	.509**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
R3	Pearson Correlation	.277**	.348**	1	.442**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
R4	Pearson Correlation	.383**	.509**	.442**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
SKOR_X1	Pearson Correlation	.759**	.827**	.679**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Validitas Tingkat Kepedulian Sosial (X2)

Correlations

		TKS1	TKS2	TKS3	TKS4	TKS5	TKS6	SKOR_X2
TKS1	Pearson Correlation	1	.477**	.307**	.440**	.273**	.198*	.686**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.006	.048	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TKS2	Pearson Correlation	.477**	1	.465**	.448**	.320**	.245*	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.014	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TKS3	Pearson Correlation	.307**	.465**	1	.444**	.552**	.611**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TKS4	Pearson Correlation	.440**	.448**	.444**	1	.553**	.445**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TKS5	Pearson Correlation	.273**	.320**	.552**	.553**	1	.621**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TKS6	Pearson Correlation	.198*	.245*	.611**	.445**	.621**	1	.655**
	Sig. (2-tailed)	.048	.014	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
SKOR_X2	Pearson Correlation	.686**	.733**	.741**	.774**	.715**	.655**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Uji Validitas Keputusan Berdonasi Melalui *Platform Crowdfunding* Berbasis Online (Y)

Correlations

		KB1	KB2	KB3	KB4	SKOR_Y
KB1	Pearson Correlation	1	.363**	.212*	.311**	.699**
	Sig. (2-tailed)		.000	.035	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
KB2	Pearson Correlation	.363**	1	.203*	.219*	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000		.043	.029	.000
	N	100	100	100	100	100
KB3	Pearson Correlation	.212*	.203*	1	.441**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.035	.043		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
KB4	Pearson Correlation	.311**	.219*	.441**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.002	.029	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
SKOR_Y	Pearson Correlation	.699**	.667**	.658**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Uji Reliabilitas Religiusitas (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	4

5. Uji Reliabilitas Tingkat Kepedulian Sosial (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	6

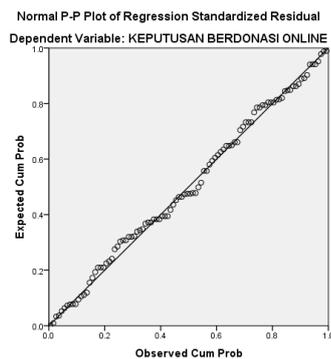
6. Uji Reliabilitas Keputusan Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.621	4

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07843793
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.051
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.930	.955		2.020	.046		
	RELIGIUSITAS	.519	.051	.633	10.089	.000	.810	1.235
	TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL	.225	.043	.328	5.232	.000	.810	1.235

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERDONASI ONLINE

3. Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.087	.569		.154	.878
	RELIGIUSITAS	-.025	.031	-.089	-.803	.424
	TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL	.045	.026	.196	1.768	.080

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 6 Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.930	.955		2.020	.046
	RELIGIUSITAS	.519	.051	.633	10.089	.000
	TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL	.225	.043	.328	5.232	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERDONASI

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.690	.684	1.089

a. Predictors: (Constant), TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL, RELIGIUSITAS

3. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.700	2	128.350	108.129	.000 ^b
	Residual	115.140	97	1.187		
	Total	371.840	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERDONASI

b. Predictors: (Constant), TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL, RELIGIUSITAS

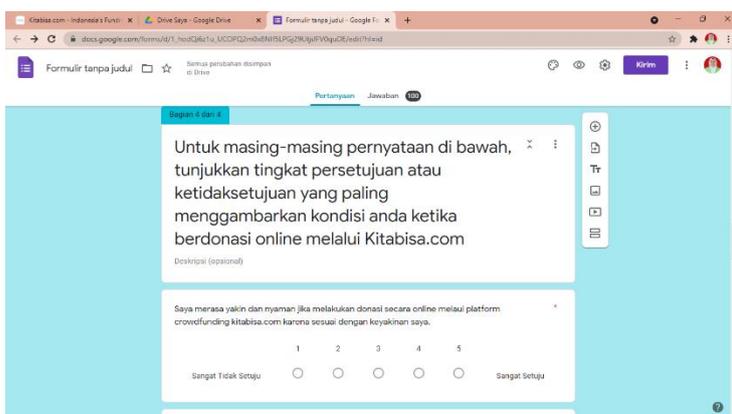
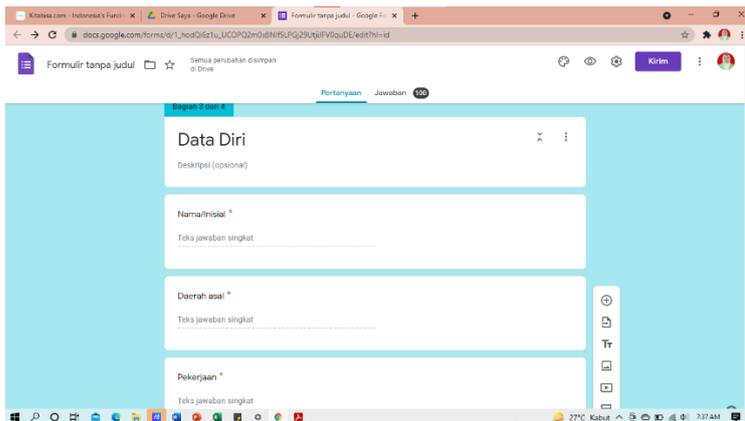
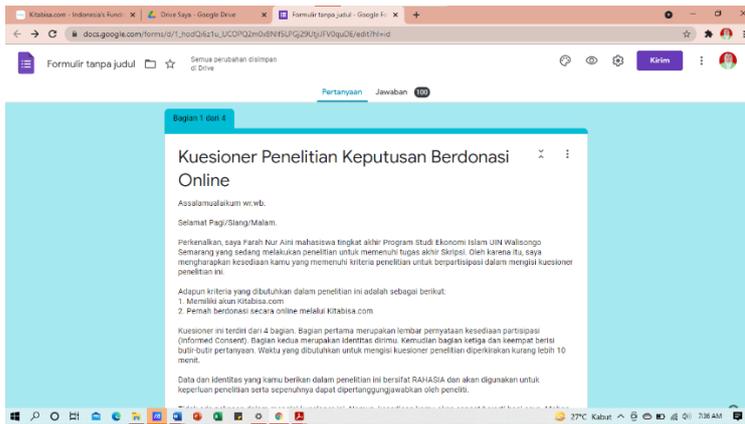
4. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.930	.955		2.020	.046
	RELIGIUSITAS	.519	.051	.633	10.089	.000
	TINGKAT KEPEDULIAN SOSIAL	.225	.043	.328	5.232	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERDONASI

Lampiran 7 Dokumentasi



Kitabisa.com - Indonesia's Fundi

Formulir tanpa judul

Setiap perubahan disimpan @ Drive

Pertanyaan Jawaban 100

Saya memilih berdonasi secara online melalui platform crowdfunding Kitabisa.com sebagai bentuk tolong menolong antar sesama.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya tertarik berdonasi secara online melalui platform crowdfunding Kitabisa.com karena tidak membedakan setiap individu dalam melakukan kegiatan donasi.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya tertarik berdonasi secara online melalui platform crowdfunding Kitabisa.com karena menerapkan sikap toleransi.

1 2 3 4 5

Kitabisa.com - Indonesia's Fundi

Formulir tanpa judul

Setiap perubahan disimpan @ Drive

Pertanyaan Jawaban 100

Saya terbiasa berdonasi secara online melalui platform crowdfunding Kitabisa.com

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Berdasarkan pengalaman pribadi, saya akan merekomendasikan metode berdonasi online melalui platform crowdfunding Kitabisa.com kepada orang lain.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Suatu saat saya akan melakukan donasi ulang secara online melalui platform crowdfunding Kitabisa.com

1 2 3 4 5

Kitabisa.com - Indonesia's Fundi

Formulir tanpa judul

Setiap perubahan disimpan @ Drive

Pertanyaan Jawaban 100

100 jawaban

Tidak menerima jawaban

Pesan untuk responden

Formulir ini tidak menerima jawaban lagi

Ringkasan Pertanyaan Individual

Informed Consent

Dengan ini Anda sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai penelitian dan memahami dengan baik instruksi yang disampaikan pada bagian sebelumnya, sehingga Anda setuju untuk berpartisipasi secara sukarela pada penelitian ini.

100 jawaban

Ya, setuju Tidak setuju

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Farah Nur Aini
NIM : 1705026020
Tempat tanggal lahir : Lamongan, 24 Juli 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Alamat : Karangtawar, Laren, Lamongan, Jawa Timur
No. Hp : 088229766802
Email : farahtara29@gmail.com
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Nama Ayah : Yaskur
Nama Ibu : Kumiyatun
Alamat : Karangtawar, Laren, Lamongan, Jawa Timur
Pendidikan : TK ABA Karangtawar, Laren Lamongan
MIM 06 Karangtawar, Laren, Lamongan
SMPM 12 Paciran, Lamongan
MA Al-Ishlah Paciran, Lamongan

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Lamongan, 16 April 2021



Farah Nur Aini