

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada hakikatnya dunia terus berkembang dan juga berevolusi dan saat ini juga sudah memasuki era revolusi industri 4.0 yang dimana keadaan industri saat ini juga telah berubah secara drastis akibat adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di berbagai bidang yang cukup pesat. Hal ini disebut juga dengan era digital dimana internet adalah segalanya, karena dianggap sebagai suatu alat yang dapat membuat segala kegiatan yang dilakukan oleh manusia menjadi lebih mudah dan praktis. Kemudian, seiring dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang dimana pasti diikuti dengan jumlah pengguna internet yang terus meningkat.

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2020, penetrasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 berjumlah 73,7% yang dimana telah mengalami kenaikan dari tahun 2018 yang berjumlah 64,8% dari total populasi masyarakat Indonesia. Menurut sekretaris jenderal APJII, Henri Kasyfi Soemartono, jika dikombinasikan dengan angka dari proyeksi BPS atau Badan Pusat Statistik maka penduduk di Indonesia pada tahun 2019 ada sebanyak 266.911.900 juta jiwa, maka pengguna internet di Indonesia diperkirakan ada sebanyak 196,7 juta jiwa (kominfo.go.id, 2020).

Salah satu sektor yang mengalami perkembangan yang cukup pesat akibat adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah sektor keuangan. Teknologi informasi yang digunakan di sektor keuangan memiliki fungsi untuk mempermudah konsumen dalam mengakses berbagai produk dan layanan keuangan. Teknologi informasi yang digunakan dalam sektor keuangan ini disebut juga dengan *Financial Technology (Fintech)*. Menurut Syafira et al., (2020) *Financial Technology (Fintech)* adalah sebuah perpaduan dari layanan

keuangan dengan teknologi modern untuk mengubah proses bisnis dari sistem yang tradisional menjadi lebih modern atau menjadi lebih mudah dan efisien.

Salah satu kategori *Financial Tevhnology (Fintech)* yang sedang berkembang di kalangan masyarakat Indonesia adalah *crowdfunding*. Sebenarnya istilah *crowdfunding* sendiri masih belum memiliki arti kata yang baku di dalam Bahasa Indonesia. Namun, jika dipelajari berdasarkan padanan katanya maka *crowdfunding* tersebut memiliki makna “pendanaan oleh khalayak” atau juga dapat diartikan sebagai “urun daya”.

Definisi singkatnya, *crowdfunding* adalah dimana ada banyak orang yang secara finansial mendukung sebuah proyek dengan memberikan sejumlah uang yang umumnya relatif kecil baik sebagai imbalan, sebagai sumbangan, atau berpotensi juga sebagai imbalan ekuitas. Dimana ini juga adalah sebuah bentuk dari jejaring sosial (*social networking*) yang menggunakan kekuatan internet dan juga komunitas *online* untuk menyebarkan berita tentang suatu proyek atau produk (Wicks, 2013). Pada umumnya, *crowdfunding* terbagi menjadi 4 jenis yaitu *lending-based*, *donation-based*, *reward-based* dan *equity-based*.

Kegiatan penggalangan dana ini sebenarnya sudah lama dilakukan oleh masyarakat Indonesia yang memiliki tujuan untuk mendanai berbagai macam kegiatan sosial seperti contohnya bantuan korban bencana alam, pembangunan tempat ibadah, panti asuhan, isu lingkungan dan lain sebagainya. Indonesia sendiri di tahun 2021 dinobatkan sebagai negara yang paling dermawan nomor 1 di dunia menurut laporan dari *World Giving Index* yang dipublikasikan oleh *Charity Aid Fondation* (Charity Aid Fondation, 2021). Banyak cara yang dapat dilakukan untuk melakukan kegiatan penggalangan dana, contohnya adalah menaruh kotak sumbangan di berbagai *minimarket*, mendirikan *stand* untuk *campaign* penggalangan dana di pusat perbelanjaan, menaruh kotak sumbangan di tengah jalan untuk berbagai kegiatan seperti pembangan tempat ibadah dan lain sebagainya, ataupun melakukan kegiatan penggalangan dana di lampu merah, dan

masih banyak cara lainnya untuk melakukan penggalangan dana. Namun, cara-cara tersebut masih tergolong sulit untuk dipantau bagaimana proses dari penyaluran donasinya hingga sampai ke pihak yang membutuhkan, sehingga hal tersebut memiliki peluang yang cukup besar untuk terjadi kecurangan.

Dengan adanya perkembangan teknologi saat ini, kegiatan penggalangan dana sudah mulai mengalami pergeseran model atau cara-cara untuk melakukan kegiatan penggalangan dana ini sudah mulai berubah yang dimana dulu dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan, sekarang sudah dapat dilakukan secara tidak langsung, dilakukan kapanpun dan dimanapun melalui jaringan internet. Kegiatan tersebut masuk ke dalam jenis *donation-based crowdfunding*.

Meskipun istilah *crowdfunding* masih dinilai asing bagi masyarakat Indonesia, namun sebenarnya kegiatan *crowdfunding* ini bukanlah hal baru bagi masyarakat Indonesia hanya saja berbeda istilah (Aprilia & Wibowo, 2017). Meskipun begitu, sudah banyak platform *crowdfunding* untuk memfasilitasi kegiatan penggalangan dana ini. Salah satu situs *donation-based crowdfunding* yang sudah sangat dikenal dan saat ini menjadi perbincangan di kalangan masyarakat Indonesia adalah kitabisa.com. Kitabisa.com merupakan salah satu platform *social enterprise* yang berperan sebagai fasilitator kegiatan penggalangan dana secara *online* yang berbasis *website* sejak tahun 2013. Kitabisa.com juga sudah tercatat di Kemenkumham dan telah mendapatkan izin PUB (Penggalian Uang dan Barang) dari Kemensos dengan SK Menteri no 478/HUK-PS/2017 dan diaudit oleh Kantor Akuntan Publik dengan hasil Wajar Tanpa Pengecualian. Sebagai *social enterprise startup*, kitabisa.com mengenakan biaya administrasi sebesar 5% dari total donasi sebuah *campaign* dan 0% biaya administrasi untuk *campaign* bencana alam dan zakat. (Kitabisa.com, 2021).

Kitabisa.com menggunakan biaya tersebut sebagai penunjang kebutuhan operasional dan juga pengembangan produk. Dalam prakteknya, kitabisa.com telah mematuhi Peraturan di Indonesia dan juga hukum Islam, di dalam Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 1980 Tentang Pelaksanaan Pengumpulan Sumbangan,

dalam Pasal 6 ditentukan biaya usaha pengumpulan dana sebanyak-banyaknya 10%. Hingga per November 2021 sudah tercatat lebih dari 100.000 galang dana (proyek) yang sudah difasilitasi oleh kitabisa.com. Rincian data jumlah penerimaan donasi yang telah berhasil dikumpulkan oleh kitabisa.com di periode 2015-2020 dapat dijabarkan di Tabel 1.1 berikut :

Tahun	Jumlah
2015	Rp. 7,2 Miliar
2016	Rp. 61 Miliar
2017	Rp. 193 Miliar
2018	Rp. 485 Miliar
2019	Rp. 507 Miliar
2020	Rp. 835 Miliar

Tabel 1. 1 Jumlah Penerimaan Donasi Kitabisa.com Periode 2015-2020

Sumber : kitabisa.com

Berdasarkan pada Tabel 1.1 di atas, menunjukkan bahwa jumlah penerimaan donasi di kitabisa.com selalu meningkat setiap tahunnya dan kemudian dana tersebut disalurkan ke berbagai kegiatan sosial. Hal tersebut membuat situs kitabisa.com sebagai wadah untuk berdonasi yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia.

Keberadaan dari dana donasi ini juga akan sangat membantu pemerintah untuk mengatasi berbagai macam masalah sosial-ekonomi, mulai dari masalah kemiskinan, kelaparan, hingga bencana alam. Banyak kerugian yang harus ditanggung karena bencana-bencana alam yang ada, mulai dari kehilangan tempat tinggal, kehilangan sanak saudara, dan juga ditambah lagi kehilangan fasilitas kesehatan dan juga pendidikan. Korban yang selamat pun harus membangun hidupnya dari awal lagi. Oleh karena itu, hadirnya situs *crowdfunding* di Indonesia ini telah memberikan kemudahan bagi masyarakat atau donatur dan juga mereka yang membutuhkan. Mulai dari bantuan bencana alam, banjir, gempa, hingga bantuan untuk pengobatan bagi mereka yang kurang mampu.

Maraknya kegiatan penggalangan dana secara *online* ini pasti tidak luput dari berbagai penyalahgunaan yang dilakukan oleh beberapa oknum yang tidak bertanggung jawab. Salah satunya adalah kasus penipuan yang dilakukan oleh Budi Nur Iksan atau Cak Budi di tahun 2017. Awal mula kasusnya adalah Cak Budi ini mengadakan *campaign* penggalangan dana lewat kitabisa.com untuk kaum duafa dan orang-orang yang membutuhkan, kemudian dana tersebut berhasil terkumpul sebesar Rp. 1.006.265.646 per 2 Mei 2017. Namun, dana tersebut nyatanya tidak disalurkan kepada orang-orang yang membutuhkan melainkan dana tersebut digunakan oleh Cak Budi untuk kepentingan pribadinya yaitu membeli sebuah kendaraan Toyota Fortuner dan *handphone* merk Iphone 7 (tirto.id, 2017). Hal tersebut akan mempengaruhi kepercayaan dari para donatur dan dapat menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas berperan penting dalam kegiatan penggalangan dana ini.

Dalam Keputusan Menteri Sosial No. 01/HUK/1995 tentang pengumpulan sumbangan untuk korban bencana yang merujuk pada Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1961 tentang pengumpulan uang dan barang dikatakan bahwa pengumpulan dana dan barang untuk kegiatan sosial tidak diperbolehkan menggunakan rekening pribadi karena nantinya dikhawatirkan terjadi fraud atau kecurangan mengenai dana yang telah dikumpulkan. Munculnya keinginan yang mendorong donatur untuk membuat keputusan untuk berdonasi juga didukung oleh adanya transparansi pelaporan keuangan yang dilakukan oleh sebuah organisasi. Kegiatan pengumpulan donasi akan menimbulkan suatu masalah bagi organisasi nirlaba jika tidak dilakukan secara transparan.

Transparansi sendiri memiliki arti keterbukaan. Keterbukaan disini memiliki maksud yaitu kemudahan dalam mengakses informasi pada *website*, aplikasi, prosedur yang jelas dan mudah untuk dipahami, dan juga memiliki legalitas yang diberikan oleh pemerintah. Kemudahan dalam mengakses informasi yang disediakan oleh platform sangat membantu dan mempermudah para donatur atau para pengguna dalam mencari dan ikut mengawasi terkait dana yang disalurkan tersebut dan hal tersebut dapat meningkatkan tingkat penerimaan

donasi itu sendiri. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmansyah et al. (2021), Agihidayantari & Kurniawan (2020), dan Nurhayati et al. (2016) yang mengatakan bahwa transparansi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat penerimaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mediawati (2012) yang mengatakan bahwa transparansi tidak menjadi pertimbangan utama bagi masyarakat dalam menyalurkan zakat.

Kemudian, akuntabilitas adalah sebuah kewajiban untuk menyampaikan suatu pertanggungjawaban atau untuk menjawab, menerangkan kinerja dan juga segala tindakan seseorang/badan hukum atau organisasi kepada pihak yang memiliki hak atau berkewenangan untuk meminta sebuah keterangan ataupun pertanggungjawaban (Bastian dalam Rahmansyah et al., 2021). Akuntabilitas ini dinilai sangat penting bagi suatu organisasi nirlaba karena organisasi nirlaba ini banyak melibatkan kepentingan *stakeholder*. Dimana, di dalam pengelolaannya organisasi nirlaba ini harus bertanggung jawab dan juga mampu untuk menunjukkan bahwa mereka dapat dipercaya dan kemudian hal tersebut dapat meningkatkan penerimaan organisasi nirlaba tersebut. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agihidayantari & Kurniawan (2020) dan Nurhayati et al. (2016) yang mengatakan bahwa akuntabilitas dapat memengaruhi tingkat penerimaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmansyah et al. (2021) dan Mediawati (2012) yang mengatakan bahwa akuntabilitas tidak mempengaruhi tingkat penerimaan dari suatu organisasi nirlaba.

Kegiatan penggalangan dana secara *online* akan dipandang negatif ketika ada oknum yang mengadakan suatu *campaign* yang memiliki tujuan untuk menguntungkan salah satu pihak saja. Terlebih lagi jika oknum tersebut bekerja sama dengan pihak lain sehingga nantinya akan dilakukan bagi hasil. Hal tersebut pastinya akan merusak niat baik dari masyarakat yang telah berdonasi dan juga yang akan melakukan donasi karena telah dikecewakan oleh para oknum yang tidak bertanggung jawab. Jika hal itu terjadi maka tingkat penerimaan dana donasi yang dilakukan secara *online* ini bisa saja dapat mengalami penurunan.

Salah satu cara untuk meningkatkan penerimaan dana donasi adalah dengan cara menarik lebih banyak lagi orang-orang untuk ikut berdonasi secara *online* terutama di situs kitabisa.com ini dan kitabisa.com harus melakukan berbagai macam cara untuk menarik masyarakat untuk ikut berdonasi secara *online* di situs kitabisa.com ini. Faktor yang dapat menarik masyarakat untuk ikut berdonasi adalah salah satunya ada *Performance expectancy* atau ekspektasi kinerja. *Performance expectancy* atau ekspektasi kinerja sendiri adalah seberapa besar penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan dapat meningkatkan manfaat bagi pengguna aktivitas tertentu (Venkatesh et al., 2003). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Diniyah (2021) yang mengatakan bahwa, faktor *performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap niat wakif dalam berwakaf melalui platform *crowdfunding*. Masyarakat percaya dengan platform *crowdfunding* wakaf tersebut dan dapat meningkatkan pembayaran wakaf. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Farabi (2016) yang mengatakan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap niat seseorang untuk menyalurkan ZIS melalui Sistem Informasi Zakat, Infaq, Shodaqoh, dan Wakaf (SIZISW). Hasil yang berbeda diungkapkan pada penelitian yang dilakukan oleh Cahyani & Dewi (2022) yang mengatakan bahwa ekspektasi kinerja tidak memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan uang elektronik.

Selain itu, *Effort expectancy* atau ekspektasi usaha juga menjadi faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan seperti contohnya kegiatan berdonasi secara *online*. Penelitian yang dilakukan oleh Singh et al. (2017) yang mengatakan bahwa ekspektasi usaha memiliki pengaruh terhadap keinginan seseorang untuk berbelanja *online*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Diniyah (2021) yang mengatakan hal serupa dimana *effort expectancy* atau ekspektasi usaha adalah salah satu faktor yang dianggap dapat memudahkan masyarakat untuk berwakaf dan dapat meningkatkan tingkat penerimaan wakaf. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Farabi (2016) yang mengatakan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap penerimaan dan penggunaan sistem informasi ZISW.

Kemudian, *social influence* atau pengaruh sosial juga merupakan salah satu faktor penentu terhadap tujuan perilaku dalam menggunakan sistem teknologi informasi (Mutiara, 2021) yang dimana dalam penelitian ini berfokus kepada sistem teknologi *crowdfunding*. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Farabi (2016) yang mengatakan bahwa *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan sistem informasi ZISW di Yayasan Yatim Mandiri. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Diniyah (2021) menghasilkan hasil yang berbeda yaitu pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membayar wakaf melalui platform *crowdfunding* wakaf. Hal ini disebabkan oleh kurangnya literasi masyarakat tentang platform *crowdfunding* ini.

Kondisi yang memfasilitasi juga menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan dan berpengaruh terhadap minat seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Diniyah (2021) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi platform *crowdfunding* wakaf dimana keadaan individu percaya semakin tinggi kondisi fasilitas maka nantinya akan meningkatkan penggunaan platform *crowdfunding* berbasis wakaf. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani et al., (2017) yang mengatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Keberhasilan dari platform *crowdfunding* dapat dilihat dari tercapainya target dana donasi dengan tepat waktu. Hal tersebut tidak lepas dari berbagai fitur yang telah disediakan oleh platform yang digunakan tersebut. Berbagai fitur yang tersedia sangat memungkinkan para donatur untuk lebih mudah melakukan donasi atas berbagai *campaign* yang diselenggarakan.

Dalam penelitian ini, kitabisa.com dipilih menjadi subyek penelitian karena penulis melihat keberhasilan dari kitabisa.com sebagai platform donasi *online* yang telah berhasil mengumpulkan atensi masyarakat Indonesia khususnya dan mampu menjadi salah satu *crowdfunding* terbesar di Indonesia. Berdasarkan

uraian di atas, masih terdapat banyak perbedaan pendapat mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi tingkat penerimaan dana donasi *online*. Kemudian, masih sedikit ditemukan penelitian yang secara spesifik membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan dana donasi *online* khususnya di platform *crowdfunding* kitabisa.com. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara *Online* dan Implikasinya Terhadap Tingkat Penerimaan Dana Donasi *Online* di Situs Kitabisa.com”**.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan teknologi saat ini sudah semakin pesat dan bahkan sudah dapat mengubah kebiasaan hidup sehari-hari menjadi lebih mudah dan juga lebih praktis. Dengan adanya perkembangan teknologi, muncul kegiatan baru yang sering dilakukan oleh masyarakat yaitu kegiatan belanja *online*, jasa ojek *online*, bahkan penggalangan dana yang dilakukan secara *online*. Dahulu, kegiatan penggalangan dana masih dilakukan secara langsung atau terjun langsung ke lapangan, sekarang dapat dilakukan melalui media internet dan bisa dilakukan kapan saja, di mana saja, dan dapat diakses oleh siapa saja atau biasa disebut dengan metode *crowdfunding*. Metode *crowdfunding* ini masih tergolong baru di Indonesia, namun sudah cukup diminati oleh masyarakat, salah satunya adalah kitabisa.com. Keberhasilan dari kitabisa.com sebagai platform donasi *online* yang telah berhasil mengumpulkan atensi masyarakat Indonesia khususnya dan mampu menjadi salah satu *crowdfunding* terbesar di Indonesia. Penelitian ini akan menganalisa secara komprehensif tentang faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat penerimaan dana donasi *online* di situs kitabisa.com. Karena, masih sedikit ditemukan penelitian yang membahas secara spesifik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan dana donasi *online*.

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah dan penelitian terdahulu. Maka pada penelitian ini, peneliti merumuskan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat penerimaan dana donasi *online* di situs kitabisa.com?
2. Faktor apa yang dominan dalam mempengaruhi tingkat penerimaan dana donasi *online* di situs kitabisa.com?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang sudah dijabarkan di atas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat penerimaan dana donasi *online* di situs kitabisa.com.
2. Untuk mengidentifikasi faktor yang dominan dalam mempengaruhi tingkat penerimaan dana donasi *online* di situs kitabisa.com.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengkonfirmasi teori keagenan (*agency theory*) dan teori *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT) mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat penerimaan dana donasi *online* di situs kitabisa.com. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya yang akan membahas hal serupa, serta dapat memperkaya ilmu pengetahuan mengenai teori-teori akuntansi yang berkaitan dengan variabel-variabel yang ada di dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menyediakan informasi bagi yayasan kitabisa.com mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat penerimaan dana donasi *online*. Hasil ini kemudian dapat diimplementasikan oleh yayasan kitabisa.com agar dapat menjalin relasi jangka panjang dengan para penggunanya.