

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi melalui Platform Crowdfunding Yayasan Hubbul Wathon Kebumen

Vima Faradilah¹, Umi Arifah², dan Niken Lestari³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen

vimafara9@gmail.com¹, umiarifah87@gmail.com², sayanikenlestari@gmail.com³

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of digital literacy, behavior, security, ease of use and accountability of institutions on the decision to donate through crowdfunding platforms. The data collection technique used a questionnaire that was distributed to 63 respondents who were donors of the Hubbul Wathon Kebumen Foundation. This research method uses quantitative methods with multiple linear regression analysis processed using IBM SPSS Statistics 26. The results showed that simultaneously there was an influence of digital literacy, behavior, security, ease of use and accountability of institutions on the decision to donate, this was evidenced by the significance value of $0.00 < 0.05$ and F count $10.185 > F$ table 2.29 and contributed 47.2% influence on the decision to donate. Partially there are several variables that affect the decision to donate, namely the behavioral variable which has a significance value of $0.004 < 0.05$ and t count $2.971 > t$ table 2.003 and the institutional accountability variable which has a significance value of $0.040 < 0.05$ and t count $2.102 > t$ table 2.003. Several other variables showed that the results had no effect on the decision to donate, namely the digital literacy variable with a significance value of $0.173 > 0.05$ and t count $1.380 < t$ table 2.003, the security variable which had a significance value of $0.902 > 0.05$ and t count $0.123 < t$ table 2.003 and the ease of use variable which had a significance value of $0.052 > 0.05$ and t count $-1.988 < t$ table 2.003.

Keywords: *Digital literacy, behavior, security, ease of use, institutional and crowdfunding platform*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas lembaga terhadap keputusan berdonasi melalui platform crowdfunding. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 63 responden yang merupakan donatur Yayasan Hubbul Wathon Kebumen. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan

akuntabilitas institusi terhadap keputusan berdonasi, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan F hitung $10,185 > F$ tabel $2,29$ dan memberikan kontribusi pengaruh sebesar $47,2\%$ terhadap keputusan berdonasi. Secara parsial terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan berdonasi yaitu variabel perilaku yang memiliki nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ dan t hitung $2,971 > t$ tabel $2,003$ serta variabel akuntabilitas kelembagaan yang memiliki nilai signifikansi $0,040 < 0,05$ dan t hitung $2,102 > t$ tabel $2,003$. Beberapa variabel lain menunjukkan hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan berdonasi yaitu variabel literasi digital dengan nilai signifikansi $0,173 > 0,05$ dan t hitung $1,380 < t$ tabel $2,003$, variabel keamanan yang memiliki nilai signifikansi $0,902 > 0,05$ dan t hitung $0,123 < t$ tabel $2,003$ serta variabel kemudahan penggunaan yang memiliki nilai signifikansi $0,052 > 0,05$ dan t hitung $-1,988 < t$ tabel $2,003$.

Kata kunci: Literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan, kelembagaan dan platform crowdfunding

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan tingkat peduli terhadap sesama yang tinggi dibanding beberapa negara lainnya. Berdasarkan hasil survei *Charity Aid Foundation (CAF) World Giving Index 2018* menobatkan Indonesia selaku negara sangat dermawan di dunia dengan skor 59% . Hasil survei ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki jiwa sosial yang tinggi dan sangat peduli terhadap lingkungan sekitar dengan cara membantu sesama, terutama secara finansial. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya *platform crowdfunding* dan menimbulkan dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Ada beberapa *platform crowdfunding* di Indonesia yaitu *kitabisa.com*, *Dompot Dhuafa*, *Gandeng Tangan*, *Ayo Peduli*, *WeCare.id*, dan lain sebagainya.¹

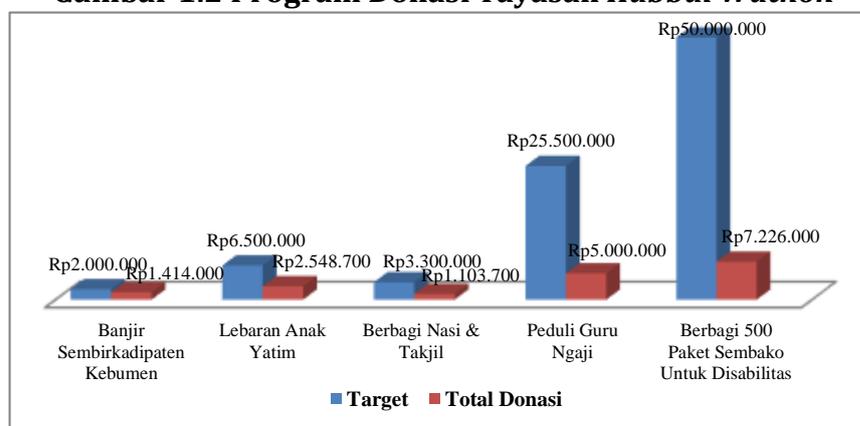
Donasi *online* sangat populer pada beberapa tahun terakhir. Salah satu pelopor berkembangnya *crowdfunding* di Indonesia adalah *platform kitabisa.com*. yang sudah bisa memfasilitasi $1,5$ juta transaksi donasi setiap

¹ Celine Linardi dan Tria Sesiarta Nur. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 04 Nomor 02. hal. 250.

bulannya dan lebih dari 100.000 galang dana. Saat pandemi *covid 19 platform* kitabisa.com melakukan penggalangan dana dan bekerjasama dengan *influencer* untuk menarik masyarakat agar ikut berdonasi, nama program penggalangan dana ini yaitu “Tolong Menolong Lawan Covid 19” yang berhasil mengumpulkan dana sebesar 9 milyar rupiah. Hal itu membuktikan bahwa donasi yang dilakukan secara *online* sudah berjalan efektif dan bisa diterima oleh masyarakat.²

Ada salah satu lembaga *filantropi* di Kebumen yang sudah menerapkan sistem *fundraising* dengan menggunakan *platform crowdfunding* yaitu Yayasan *Hubbul Wathon*. Pada *platform crowdfunding* Yayasan *Hubbul Wathon* mempunyai tampilan, desain dan inovasi *platform* yang merujuk pada *platform* kitabisa.com. Untuk tata cara penggunaannya juga hampir sama dengan *platform-platform* pada umumnya. Metode pembayarannya bisa menggunakan aplikasi *Mobile banking*, GOPAY, OVO, Dana dan LinkAja. Hal itu menunjukkan bahwa sistem *fundraising* pada *platform crowdfunding* Yayasan *Hubbul Wathon* sudah cukup baik, tetapi untuk pelaksanaan proyek donasi ini masih belum maksimal. Hal ini dapat dilihat dari grafik program donasi dibawah ini :

Gambar 1.2 Program Donasi Yayasan *Hubbul Wathon*



² Tentang Kitabisa. (2021). *Platform Galang Dana dan Donasi Terpercaya #1 di Indonesia*. Diakses pada link <https://kitabisa.com/about-us> diakses tanggal 13 Juli 2022 pukul 09:44 WIB.

Sumber: Laporan Program Donasi Yayasan *Hubbul Wathon* dan Data *Platform Crowdfunding Yayasan*

Gambar diatas menunjukkan bahwa target donasi untuk sebuah program masih belum tercapai. Jumlah dana yang dikumpulkan masih belum mencukupi target awal yang ditentukan saat rapat program kegiatan Yayasan. Dan itu menyebabkan program kegiatan belum bisa terlaksana dengan maksimal. Walaupun begitu, kegiatan masih bisa dikoordinir dengan baik hanya saja membuat potensi sedekah masyarakat Kebumen belum bisa tercapai maksimal.

Untuk itu perlu dikaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding*. Untuk mengetahui tentang itu perlu adanya kajian yang menggunakan teori *technology acceptance model* (TAM). TAM merupakan salah satu model yang berpengaruh dalam bidang informasi, teknologi dan layanan. TAM telah menjadi teori yang kuat untuk memprediksi penerimaan pengguna teknologi baru.³

Selain dari beberapa variabel yang dibahas dalam model TAM, peneliti mencoba untuk mengambil beberapa faktor lainnya yaitu yang pertama literasi digital. Menurut UNESCO literasi digital diartikan sebagai kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital, informasi, dan komunikasi untuk mengakses, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi dengan kecakapan kognitif maupun teknis.⁴ Dalam penelitian ini literasi digital merupakan kemampuan masyarakat dalam menggunakan internet untuk mengakses dan

³ Celine Linardi dan Tria Sesiarta Nur. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 04 Nomor 02. hal. 251.

⁴ Amandafanny Silviana Putri. (2021). *Literasi Digital Strategi Social Enterprise Sebagai Crowdfunding Platform Dalam Memberdayakan Masyarakat Berdonasi Secara Online Studi Kasus Kitabisa.com*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. hal. 35.

menggunakan *platform crowdfunding* dengan baik, dan juga dengan adanya literasi digital masyarakat dapat mempunyai pengetahuan dan informasi tentang sistem donasi *online (crowdfunding)*. Menurut penelitian Rohieszan Ramdan, literasi digital mempunyai peranan penting dan berpengaruh dalam penggunaan *platform* digital.⁵

Faktor yang kedua yaitu perilaku. Dalam pengambilan keputusan juga dipengaruhi oleh perilaku dari masyarakat itu sendiri. Teori perilaku yang digunakan yaitu *theory of planned behavior* menurut Ajzen yang terdiri dari tiga komponen yaitu sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku.⁶ Dalam penelitian yang dilakukan Dian Resky Pangestu yang membahas tentang seberapa besar pengaruh dari tiga komponen yang dikembangkan Ajzen dalam *theory of planned behavior* terhadap keputusan berdonasi di Alfamart, hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara sikap dan pengendalian perilaku terhadap keputusan berdonasi di Alfamart.⁷

Faktor yang ketiga adalah keamanan. Keamanan transaksi menjadi salah satu yang sangat dipertimbangkan para donatur dalam melakukan donasi *online*. Keamanan penggunaan *platform crowdfunding* harus terjamin, lembaga *filantropi* tidak menyalahgunakan transaksi dan beberapa dokumen tentang pengguna. Keamanan ini bisa dilihat juga dari reputasi lembaga tersebut apakah baik dimata masyarakat atau tidak keamanan ini juga mempengaruhi adanya kepercayaan dari masyarakat untuk melakukan donasi melalui *platform crowdfunding*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Meoli, keamanan merupakan satu hal yang penting dalam menunjang

⁵ Mohamad Rohieszan Ramdan. (2020). *Meneroka Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Platform Digital oleh Perusahaan Mikro dan Kecil*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Pengurusan University Kebangsaan Malaysia. hal. 1.

⁶ Jurica Lucyanda. (2010). *Pengujian Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Planned Behavior (TPB)*. Jurnal Riset Akuntansi dan Komputerisasi. hal. 3.

⁷ Dian Resky Pangestu. (2021). *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berdonasi Pada Alfamart Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)*. Tesis Pascasarjana IAIN Parepare. hal. 111-112.

kepuasan konsumen, hal itu membuat keamanan mempunyai hubungan yang positif dalam mengambil keputusan bertransaksi.⁸

Faktor yang keempat yaitu kemudahan penggunaan sistem *platform crowdfunding*. Tingkat kerumitan penggunaan layanan dapat membuat calon pengguna memutuskan untuk tidak melanjutkan atau menggunakan layanan itu lagi. Jadi sebisa mungkin lembaga membuat layanan yang mudah diakses dan tidak ribet, karena tingkat pemahaman setiap orang itu berbeda-beda. Menurut Davis ada empat indikator dalam kemudahan penggunaan yaitu *easy to learn, easy to understand, effortless and easy of use*. Adapun hasil penelitian yang dilakukan Nurul Faizah yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech*.

Faktor terakhir adalah akuntabilitas lembaga. Menurut UU keterbukaan informasi publik, akuntabilitas merupakan penjelasan mengenai pelaksanaan, fungsi, dan tanggung jawab sebuah perusahaan secara transparansi, sehingga pengelolaan perusahaan dapat terlaksana secara efektif. Akuntabilitas merupakan sebuah kewajiban yang dilakukan oleh lembaga filantropi dalam memberikan melakukan pertanggungjawaban, penyajian, pelaporan dan pengungkapan atas segala bentuk aktifitas dan kegiatan yang menjadi tanggung jawab pihak pemberi amanah. Dengan akuntabilitas lembaga ini dapat memperkuat kepercayaan para donatur dan membuat donatur nyaman untuk melakukan donasi melalui *platform crowdfunding*.

KAJIAN LITERATUR

Crowdfunding

⁸ Dwi Irawan. (2022). *Persepsi Keamanan Kepercayaan dan Akuntabilitas Perusahaan Terhadap Niat Berdonasi Melalui Fintech Crowdfunding*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi. hal. 75.

Crowdfunding adalah pendanaan proyek yang dilakukan oleh banyak investor kecil atau orang-orang yang memberikan kontribusi dalam jumlah kecil untuk memperoleh jumlah target dana yang ingin dicapai dan dibuat untuk suatu tujuan tertentu dan diakses dengan menggunakan internet.⁹

Literasi Digital

UNESCO mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital, informasi, dan komunikasi untuk mengakses, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan informasi dengan kecakapan kognitif maupun teknis.¹⁰ Dalam konsepsi Potter menyatakan bahwa usaha untuk melakukan adanya pembelajaran literasi masyarakat berbasis digital bukan hanya mengenalkan media digital tetapi juga menyinergikan aktivitas sehari-hari yang bertujuan dapat meningkatkan produktivitas.¹¹

Menurut UNESCO konsep literasi digital merupakan landasan penting dalam upaya memahami perangkat-perangkat teknologi, informasi dan komunikasi. Seperti dalam literasi TIK (*ICT literacy*) yang merujuk pada kemampuan teknis yang memungkinkan adanya keterlibatan aktif dari masyarakat yang berjalan beriringan dengan perkembangan teknologi dan budaya. Literasi TIK menjelaskan literasi digital dengan tiga sudut pandang yaitu :¹²

⁹ Karthikeyan. (2020). *Crowdfunding*. India : Walnut Publication. Hal. 1.

¹⁰ Amandafanny Silviana Putri. (2021). *Literasi Digital Strategi Social Enterprise Sebagai Crowdfunding Platform Dalam Memberdayakan Masyarakat Berdonasi Secara Online Studi Kasus Kitabisa.com*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hal. 35.

¹¹ Rila Setyaningsih, Abdullah, dan Edy Prihantoro. (2021). *Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning*. Jurnal ASPIKOM Vol. 3 Nomor 6 1200-1214. Hal. 1203.

¹² Rullie Nasrullah, Wahyu Aditya, dan Tri Indira Satya. (2017). *Materi Pendukung Literasi Digital*. Jakarta:TIM GLN Kemdikbud. Hal.8.

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

Perilaku

Perilaku merupakan hasil yang didapatkan dari pengalaman dan interaksi masyarakat dengan lingkungan sekitarnya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Menurut Skinner perilaku adalah respon atau reaksi individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya sendiri. Respon itu ada dua yaitu respon reflektif (misalnya perilaku emosional seseorang) dan instrumental respon (misalnya seseorang menjadi donatur karena lingkungannya).¹³ Ada sebuah teori yang dapat mendeskripsikan perilaku secara spesifik yang disebut *theory of planned behavior*. *Theory of planned behavior* merupakan teori yang menjelaskan tentang rencana atau keinginan seseorang dalam suatu tindakan yang dilakukan.¹⁴

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

1. Sikap (*Attitude*)

¹³ Mahyarni. (2017). *Theory Of Reasoned Action And Theory Of Planned Behavior*. Jurnal Fakultas Ekonomi UNISMA. Hal. 14.

¹⁴ Dian Resky Pangestu. (2021). *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berdonasi Pada Alfamart Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)*. Tesis Pascasarjana IAIN Parepare. Hal. 20.

Sikap adalah gambaran dari ungkapan perasaan individu (donatur) mengenai suatu objek yang disukai atau tidak disukainya. Menurut Ajzen sikap ini ditentukan oleh keyakinan yang didapatkan dari sebuah konsekuensi perilaku atau bisa disebut sebagai keyakinan perilaku (*behavioral belief*).¹⁵

Cara mengetahui keyakinan dalam teori ini yaitu dengan menghubungkan suatu perilaku yang akan kita prediksi dengan berbagai konsekuensi (dapat berupa keuntungan atau kerugian) yang akan didapatkan apabila kita melakukan atau tidak melakukan perilaku itu. Ada tiga indikator yang berkaitan dengan sikap yaitu:¹⁶

- a. Komponen kognitif yang berhubungan dengan aspek pengetahuan
- b. Komponen affektif yang berhubungan dengan masalah emosional individu terhadap objek perilaku
- c. Komponen konatif yang berkaitan dengan kebiasaan dan keinginan dalam bertindak

2. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

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

¹⁵ Mahyarni. (2013). *Theory Of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)*. Jurnal EL-RİYASAH. Hal. 17.

¹⁶ Dian Resky Pangestu. (2021). *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berdonasi Pada Alfamart Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)*. Tesis Pascasarjana IAIN Parepare. Hal. 24.

panutannya (guru, keluarga atau lainnya) dengan tindakan tertentu yang akan dilakukannya.¹⁷

3. Keamanan

Dalam sistem transaksi *online* keamanan merupakan sebuah usaha proteksi yang dilakukan lembaga terhadap informasi konsumen dan data transaksi keuangan yang berpotensi untuk dicuri ataupun disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab.¹⁸

Menurut Raman Arasu dan Viswanathan indikator keamanan ada dua yaitu :¹⁹

a. Jaminan Keamanan

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

b. Kerahasiaan Data

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

Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis kemudahan penggunaan adalah keadaan dimana individu mempunyai keyakinan bahwa dengan menggunakan sistem

¹⁷ Dian Resky Pangestu. (2021). *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berdonasi Pada Alfamart Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)*. Tesis Pascasarjana IAIN Parepare. Hal. 26.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Heriyana. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Belanja Online (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Rahmadiyah Sekayu)*. Jurnal Ekonomi vol. 10. Hal. 35.

teknologi tertentu tidak memerlukan usaha apapun. Berdasarkan definisi kemudahan penggunaan diatas menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berarti bebas dari kesulitan atau usaha yang berat. Jika seseorang yakin bahwa sistem teknologi informasi mudah untuk digunakan maka dia akan menggunakannya, dan begitupun sebaliknya.²⁰

Menurut Davis ada empat indikator yang dapat digunakan untuk *perceived ease of use* yaitu sebagai berikut :²¹

1. *Easy to learn* merupakan suatu teknologi dapat dengan mudah dipelajari oleh individu, hal itu menjadi bukti bahwa individu menganggap teknologi tersebut mudah digunakan
2. *Easy to understand* merupakan keyakinan individu yang merasakan bahwa suatu teknologi mudah untuk dipahami maka individu tersebut dapat dengan mudah menggunakan teknologi itu, begitupun sebaliknya jika teknologi sulit dipahami maka individu merasa kesulitan dalam menggunakan teknologi tersebut
3. *Effortless* adalah suatu teknologi yang dapat digunakan dengan simpel, ringkas dan tidak rumit. Yang membuat individu beranggapan bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan dan begitupun sebaliknya jika teknologi itu rumit maka individu menganggap teknologi tersebut tidak mudah digunakan
4. *Easy of use* merupakan suatu teknologi mudah digunakan yang membuat meningkatnya kepercayaan individu terhadap teknologi tersebut, dan begitupun sebaliknya jika individu beranggapan bahwa

²⁰ Nurul Faizah. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Pengetahuan Konsumen Dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. Hal. 15.

²¹ Joshua Wilson Pranata dan Debbie Cynthia Kumala. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X*. Skripsi Universitas Kristen Petra Surabaya. Hal. 11.

suatu teknologi tidak mudah digunakan, maka kepercayaan individu terhadap teknologi tersebut akan berkurang.

Akuntabilitas Lembaga

Akuntabilitas dari sudut pandang syariah menurut Mardiasmo adalah kewajiban pihak pemegang amanah (dalam hal ini lembaga filantropi) untuk mempertanggungjawabkan dan melaporkan segala aktivitas dan kegiatan kepada pihak pemberi amanah (donatur) yang memiliki hak untuk meminta pertanggungjawaban tersebut.²² Koppel mengatakan bahwa ada lima indikator akuntabilitas yaitu :

1. *Transparancy* (Transparansi)

Transparansi artinya keterbukaan. Menurut Florini transparansi merupakan ketersediaan informasi bagi pihak eksternal yang bertujuan untuk membuat pihak eksternal mengetahui proses pengambilan keputusan dan juga menilai keputusan yang telah dibuat.²³ Transparansi dalam konteks penelitian ini berarti bentuk keterbukaan lembaga filantropi dalam mengungkapkan berbagai proses perencanaan, pelaksanaan dan hasil kegiatan kepada para donatur dan *stakeholder*.

2. *Liability* (Kewajiban atau Pertanggungjawaban)

Liability merupakan kemampuan organisasi atau individu dalam mempertanggungjawabkan tindakan atau aktivitas yang telah dilakukan, siap mendapatkan hukuman apabila melakukan kesalahan

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

²³ Yanhar Jamaludin. (2016). *Akuntabilitas Penggunaan Dana Desa di Indonesia Tahun 2015*. Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan Vol. 7 No. 1. Hal. 6.

dan siap menerima penghargaan apabila berhasil dalam melaksanakan kegiatan tersebut.²⁴

3. *Controllability* (Pengendalian)

Pengendalian ini menekankan pada kemampuan suatu organisasi dalam melakukan kegiatan secara tepat seperti apa yang diharapkan oleh pihak yang berkepentingan.²⁵ Ini berkaitan dengan tugas dan wewenang dari organisasi tersebut.²⁶ Ada norma dan aturan yang menjadi pedoman dan harus dilaksanakan oleh organisasi tersebut dari awal perencanaan kegiatan sampai dengan hasil akhir kegiatan.²⁷

4. *Responsibility* (Tanggungjawab)

Tanggungjawab disini lebih merujuk pada batasan kerja yang seharusnya diatur oleh hukum yang berlaku. Tanggungjawab disini lebih menekankan akuntabilitas sebagai tindakan menilai sejauhmana tingkat kepatuhan organisai terhadap peraturan hukum dan perundang-undangan.²⁸

5. *Responsiveness* (Responsivitas)

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

²⁴ Ahmad Junaedi dan Suswanta. (2021). *Analisis Akuntabilitas Pengelolaan Dana Otonomi Khusus Papua*. Jurnal Tata Sejuta Vol. 7 No. 2. Hal. 6.

²⁵ Yanhar Jamaludin. (2016). *Akuntabilitas Penggunaan Dana Desa di Indonesia Tahun 2015*. Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan Vol. 7 No. 1. Hal. 8.

²⁶ Ahmad Junaedi dan Suswanta. (2021). *Analisis Akuntabilitas Pengelolaan Dana Otonomi Khusus Papua*. Jurnal Tata Sejuta Vol. 7 No. 2. Hal. 6.

²⁷ Yanhar Jamaludin. (2016). *Akuntabilitas Penggunaan Dana Desa di Indonesia Tahun 2015*. Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan Vol. 7 No. 1. Hal. 6.

²⁸ *Ibid.*, hal. 9.

layanan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dengan masyarakat sebagai penerima layanan.²⁹

Keputusan Berdonasi

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

METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu yang pertama data primer dalam penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner yang disebarakan kepada donatur Yayasan Hubbul Wathon Kebumen. Dan yang kedua data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa website, jurnal penelitian terdahulu, laporan Yayasan Hubbul Wathon, buku dan data-data lain yang berhubungan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini, subjek penelitiannya yaitu para masyarakat yang sudah menjadi donatur di Yayasan Hubbul Wathon. Penelitian ini menggunakan teknik *problability sampling* yaitu teknik yang memberikan kesempatan kepada semua anggota populasi untuk dijadikan sampel. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa jumlah donatur Yayasan Hubbul Wathon Kebumen sebanyak 172 orang dengan margin *error* 0,10 (10%) dari populasi

²⁹ *Ibid.*, hal. 10.

dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Perhitungannya yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{172}{1+172(0,10)^2}$$

$$n = \frac{172}{1+172(0,10)^2}$$

$$n = \frac{172}{2,72}$$

$$n = 63,235 \text{ (dibulatkan menjadi 63)}$$

Jadi pada perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah 63 responden dari seluruh donatur Yayasan Hubbul Wathon Kebumen.

Dalam penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu :

1. Teknik kuesioner atau angket.

Kuesioner atau angket merupakan list pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden agar bersedia untuk memberikan respon dari suatu pertanyaan atau pernyataan yang sesuai dengan persepsi dan pengalaman dari responden tersebut. Adapun skala yang digunakan yaitu skala likert yang didesain untuk menjelaskan tingkat persetujuan dari subjek penelitian terhadap pernyataan pada kuesioner yang diberikan. Skala ini memiliki lima titik poin yaitu:³⁰

Tabel 1 Skala Likert

Angka	Variabel	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju

³⁰ Elidawaty Purba. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Pematangsiantar:Yayasan Kita Menulis. Hal. 110.

3	KS	Kurang Setuju
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber : (Buku Metode Penelitian Ekonomi, 2021)

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan cara mencari data dari berbagai sumber seperti di sebuah catatan, buku, surat kabar, gambar-gambar ataupun yang lainnya. Data dokumentasi yang dipilih harus memiliki kredibilitas yang tinggi.³¹

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasi setiap skor jawaban masing-masing responden dengan total skor masing-masing variabel dan nilai korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikansi 0,05 (5%).

Tabel 6 Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	nilai signifikansi	r hitung	r tabel	Ket.
Literasi Digital	X1.1	0,00	0,900	0,252	Valid
	X1.2	0,00	0,805	0,252	Valid
	X1.3	0,00	0,940	0,252	Valid
	X1.4	0,00	0,485	0,252	Valid

³¹ Amri Amir, Junaidi dan Yulmardi.(2009).Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya.Jambi:IPB Press.Hal.179.

	X1.5	0,00	0,661	0,252	Valid
Perilaku	X2.1	0,00	0,856	0,252	Valid
	X2.2	0,00	0,793	0,252	Valid
	X2.3	0,00	0,795	0,252	Valid
	X2.4	0,00	0,869	0,252	Valid
Keamanan	X3.1	0,00	0,828	0,252	Valid
	X3.2	0,00	0,880	0,252	Valid
	X3.3	0,00	0,879	0,252	Valid
	X3.4	0,00	0,838	0,252	Valid
Kemudahan Penggunaan	X4.1	0,00	0,950	0,252	Valid
	X4.2	0,00	0,960	0,252	Valid
	X4.3	0,00	0,905	0,252	Valid
	X4.4	0,00	0,953	0,252	Valid
	X4.5	0,00	0,929	0,252	Valid
Akuntabilitas Lembaga	X5.1	0,00	0,727	0,252	Valid
	X5.2	0,00	0,816	0,252	Valid
	X5.3	0,00	0,945	0,252	Valid
	X5.4	0,00	0,934	0,252	Valid
Keputusan Berdonasi	Y1.1	0,00	0,671	0,252	Valid
	Y1.2	0,00	0,722	0,252	Valid
	Y1.3	0,00	0,656	0,252	Valid
	Y1.4	0,00	0,784	0,252	Valid

Sumber : Data yang telah diolah IBM SPSS Statistic 26

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel keputusan berdonasi mempunyai nilai signifikasi (2-tailed) < 0,05 maka data tersebut berkorelasi signifikan atau valid. Dan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,252 maka data ini dikatakan valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa suatu instrumen penelitian itu cukup dapat dipercaya dan instrumen tersebut sudah baik.

Syarat dari uji reliabilitas ini yaitu apabila variabel yang diteliti mempunyai cronbach's alpha (α) > 0,60 (60%) maka variabel tersebut dikatakan reliable begitupun sebaliknya.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Literasi Digital	0,834	Reliable
Perilaku	0,827	Reliable
Keamanan	0,870	Reliable
Kemudahan Penggunaan	0,966	Reliable
Akuntabilitas Lembaga	0,871	Reliable
Keputusan Berdonasi	0,654	Reliable

Sumber : Data yang telah diolah IBM SPSS Statistic 26

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai cronbach's alpha (α) semua variabel > dari 0,60 (60%) yang berarti variabel tersebut dikatakan reliable dan dapat dilanjutkan ketahap selanjutnya.

Uji Statistik

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan nilai signifikansi pada variabel literasi digital sebesar $0,173 > 0,05$ dan t hitung sebesar $1,380 < t$ tabel dengan jumlah 2,003 maka dapat disimpulkan bahwa H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima. Sehingga hipotesis yang didapatkan yaitu variabel literasi digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan berdonasi.

Variabel perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berdonasi. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi variabel perilaku sebesar $0,004 < 0,05$ dan t hitung sebesar $2,971 > t$ tabel dengan jumlah 2,003 maka hasil tersebut menunjukkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak yang artinya variabel perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan berdonasi.

Variabel keamanan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,902 > 0,05$ dan t hitung sebesar $0,123 < t$ tabel dengan jumlah 2,003 maka dapat disimpulkan bahwa H_{a3} ditolak dan H_{03} diterima yang artinya variabel keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan berdonasi.

Variabel kemudahan penggunaan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,052 > 0,05$ dan t hitung sebesar $-1,988 < t$ tabel dengan jumlah 2,003 maka hasil yang didapatkan adalah H_{a4} ditolak dan H_{04} diterima yang artinya variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan berdonasi.

Variabel akuntabilitas lembaga mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$ dan t hitung sebesar $2,102 > t$ tabel dengan jumlah 2,003 maka dapat disimpulkan bahwa H_{a5} diterima dan H_{05} ditolak yang artinya variabel akuntabilitas lembaga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan berdonasi.

Uji f digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum. Berdasarkan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan F hitung sebesar $10,185 > F$ tabel dengan jumlah 2,29 maka hasil penelitian yang didapatkan adalah H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan berdonasi.

Uji koefisien determinasi (R-Square) merupakan suatu nilai yang menunjukkan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hasil olah data diperoleh besarnya R-Square adalah 0,472. Hasil ini menunjukkan bahwa 47,2% variabel literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas lembaga berpengaruh terhadap keputusan berdonasi melalui platform crowdfunding Yayasan

Hubbul Wathon Kebumen. Sedangkan 52,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil olah data dapat diketahui bahwa variabel literasi digital (X1) memberikan sumbangan relatif sebesar 24,6%, variabel perilaku (X2) memberikan sumbangan relatif sebesar 37,1%, variabel keamanan (X3) memberikan sumbangan relatif sebesar 2,7%, variabel kemudahan penggunaan (X4) memberikan sumbangan relatif sebesar -5,7% dan variabel akuntabilitas lembaga (X5) memberikan sumbangan relatif sebesar 41,3%. Dengan total sumbangan relatif sebesar 100%.

Sedangkan hasil dari sumbangan efektif yang diberikan oleh variabel literasi digital sebesar 11,6%, variabel perilaku sebesar 17,5%, variabel keamanan sebesar 1,3%, variabel kemudahan penggunaan sebesar -2,7% dan sumbangan efektif variabel akuntabilitas lembaga sebesar 19,5%. Dari hasil itu menunjukkan bahwa variabel literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas lembaga secara bersama-sama memberikan sumbangan efektif sebesar 47,2% sedangkan 52,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dipaparkan diatas, ada beberapa poin kesimpulan yang dapat diambil untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu :

1. Literasi digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar $0,173 > 0,05$ dan t hitung sebesar $1,380 < t$ tabel dengan jumlah 2,003 dan nilai sumbangan efektif (SE) dari variabel literasi digital sebesar 11,6%
2. Perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen ini

dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ dan t hitung sebesar $2,971 > t$ tabel dengan jumlah 2,003 dan nilai sumbangan efektif (SE) dari variabel perilaku sebesar 17,5%

3. Keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar $0,902 > 0,05$ dan t hitung sebesar $0,123 < t$ tabel dengan jumlah 2,003 dan nilai sumbangan efektif (SE) dari variabel keamanan sebesar 1,3%
4. Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar $0,052 > 0,05$ dan t hitung sebesar $-1,988 < t$ tabel dengan jumlah 2,003 dan nilai sumbangan efektif (SE) dari variabel kemudahan penggunaan sebesar -2,7%
5. Akuntabilitas lembaga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berdonasi melalui *platform crowdfunding* Yayasan Hubbul Wathon Kebumen ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$ dan t hitung sebesar $2,102 > t$ tabel dengan jumlah 2,003 dan nilai sumbangan efektif (SE) dari variabel akuntabilitas lembaga sebesar 19,5%
6. Terdapat pengaruh secara simultan antara literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas lembaga terhadap keputusan berdonasi, hal itu dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dan F hitung sebesar $10,185 >$ dari F tabel dengan jumlah 2,29 dan berkontribusi pengaruh sebesar 47,2%

DAFTAR PUSTAKA

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

- Al Faqih, N. I. H. (2020). *Peran Lembaga Filantropi Islam Dalam Menanggulangi Turbulensi Ekonomi Masyarakat Dalam Situasi Pandemi Covid 19*. LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, 4(01), 51-67.
- Al Faqih, N. I. H., Faradilah, V., Habibah, U., Fardani, I., & Saputro, M. A. (2021). *Manajemen Fundraising Melalui Aplikasi Crowdfunding (Studi Kasus Pada Yayasan Hubbul Wathon Kebumen)*. LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, 5(01), 45-55.
- Amalina, Raisa Athirah. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Kepercayaan dan Media Sosial Terhadap Minat Masyarakat Berdonasi Via Platform Crowdfunding Kitabisa.com Studi Mahasiswa FEBI Universitas Brawijaya*. Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Amri Amir, Junaidi dan Yulmardi.(2009).*Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya*.Jambi:IPB Press.
- Digdowiseiso, Kumba. (2017). *Metodologi penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Faizah, Nurul. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Pengetahuan Konsumen Dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi.
- Faza, Firdan Thoriq dan Astiwi Andriani. (2021). *Adopsi Penggunaan Platform Crowdfunding Untuk Donasi Amal Pada Kalangan Muslim Millenial*. Journal Of Economics And Bussiness Aseanomics 6(1) 2021 60-70.
- Fidiana, Irwan Alnarus Kautsar dan Ruslianor Maika. (2018). *Bahan Ajar Ekonomi Digital*.Sidoarjo:UMSIDA Press.
- Heriyana. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Belanja Online (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Rahmanyah Sekayu)*. Jurnal Ekonomi vol. 10.
- Hikmaningsih, Hetty dan Bambang Agus Pramuka. (2020). *Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Infak dan Sedekah dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory (SET)*. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Vol. 22.
- Irawan, Dwi. (2022). *Persepsi Keamanan Kepercayaan dan Akuntabilitas Perusahaan Terhadap Niat Berdonasi Melalui Fintech Crowdfunding*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi.
- Jamaludin, Yanhar. (2016). *Akuntabilitas Penggunaan Dana Desa di Indonesia Tahun 2015*. Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan Vol. 7 No. 1.

- Junaedi, Ahmad dan Suswanta. (2021). *Analisis Akuntabilitas Pengelolaan Dana Otonomi Khusus Papua*. Jurnal Tata Sejuta Vol. 7 No. 2.
- Karthikeyan. (2020). *Crowdfunding*. India : Walnut Publication.
- Linardi, Celine dan Tria Sesiarta Nur. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 04 Nomor 02.
- Mahyarni. (2013). *Theory Of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)*. Jurnal EL-RİYASAH.
- Manaf, A., Sari, R. L., & Maskudi, M. (2021). *Optimalisasi Penggunaan Metode Fundraising Dalam Memperoleh Dana Zakat, Infaq Dan Shodaqah*. LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, 5(01), 1-15.
- Nasrullah, Rullie, Wahyu Aditya, dan Tri Indira Satya. (2017). *Materi Pendukung Literasi Digital*. Jakarta:TIM GLN Kemdikbud.
- Pangestu, Dian Resky. (2021). *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berdonasi Pada Alfamart Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)*. Tesis Pascasarjana IAIN Parepare.
- Pranata, Joshua Wilson dan Debbie Cynthia Kumala. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X*. Skripsi Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Purba, Elidawaty. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Pematangsiantar: Yayasan Kita Menulis.
- Purwanto, Edi. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia.
- Putri, Amandafanny Silviana. (2021). *Literasi Digital Strategi Social Enterprise Sebagai Crowdfunding Platform Dalam Memberdayakan Masyarakat Berdonasi Secara Online Studi Kasus Kitabisa.com*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ramdan, Mohamad Rohieszan. (2020). *Meneroka Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Platform Digital oleh Perusahaan Mikro dan Kecil*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Pengurusan University Kebangsaan Malaysia.
- Rohmah, Isnaini Lailatul, Ibdalsyah dan Ahmad Mulyadi Kosim. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi dan Efektifitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat Infaq Shadaqoh*. KASABA Jurnal Ekonomi Islam 13(1) 42-52.

- Rusdiana dan Nasihudin. (2018). *Akuntabilitas Kinerja Dan Pelaporan Penelitian*. Bandung: Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN SGD Bandung.
- Setyaningsih, Rila, Abdullah, dan Edy Prihantoro. (2021). *Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning*. Jurnal ASPIKOM Vol. 3 Nomor 6 1200-1214.
- Zulfian, Dhimas Muhammad. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi secara online melalui platform financial technology crowdfunding*. Skripsi Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.