

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MILENIAL BERDONASI ONLINE MELALUI CROWDFUNDING PLATFORM: STUDI PADA KITABISA.COM

Nanda Amalia¹ Deni Lubis², Marhamah Muthohharoh³

Institut Pertanian Bogor,

¹amaliananda101@gmail.com, ²denilubis@gmail.com, ³
muthohharohm@gmail.com

Abstract

Technological developments have made it easier for the community to collect donations online through crowdfunding platforms. According to Indonesian Millennial Report, millennials allocate their funds for social activities, such as donations, as much as 5.3 percent of their income. This study aimed to analyze factors that influence millennials to do online donation through platform Kitabisa.com. This study selected a sample of 120 respondents of active muslim students of IPB University and TAZKIA Institute. This study used descriptive analysis and logistic regression method. The results of this study showed that the platform effectiveness and platform innovation are two main factors that influence millennials in donating online through the Kitabisa.com.

Keywords: *online donation, crowdfunding platform, millennial, logistic regression.*

Abstrak

Perkembangan teknologi telah mempermudah masyarakat dalam mengumpulkan donasi secara *online* yaitu melalui *crowdfunding platform*. Menurut *Indonesian Millennial Report* generasi milenial mulai memperhitungkan alokasi dana untuk aktivitas sosial seperti donasi sekitar 5.3 persen dari pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang memengaruhi milenial dalam berdonasi *online* melalui *platform* Kitabisa.com. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden mahasiswa aktif IPB University dan Institut TAZKIA yang beragama Islam. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data deskriptif dan regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi milenial dalam berdonasi *online* melalui Kitabisa.com adalah efektivitas *platform* dan inovasi *platform*.

Kata kunci: *donasi online, crowdfunding platform, milenial, regresi logistik*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang sangat pesat pada saat ini berdampak pada semua kehidupan dan membuat masyarakat menjadi bergantung pada teknologi. Selain dapat memudahkan dalam memenuhi kebutuhan diri sendiri, teknologi dapat memudahkan masyarakat untuk membantu terhadap sesama. Kemudahan yang dapat dirasakan saat ini telah menghadirkan pendekatan yang dapat terhubung pada suatu portal pendanaan alternatif¹. Inovasi teknologi dapat digunakan¹ sebagai penggalangan donasi untuk kegiatan sosial, membantu korban bencana alam, maupun donasi untuk kemanusiaan. Donasi merupakan kegiatan yang tergolong ke dalam *charity*. Menurut kamus *online* Merriam-Webster (2018) *charity* atau kegiatan amal adalah tindakan memberi uang, barang, atau waktu kepada yang membutuhkan, baik secara langsung atau melalui perantara seperti secara *online*. Tren donasi secara *online* yang terjadi pada saat ini telah membuat donasi *online* berkembang dan diminati oleh banyak masyarakat. Salah satunya adalah donasi *online* melalui *crowdfunding*.

Crowdfunding (galang dana) merupakan sebuah praktik dalam penggalangan dana yang berasal dari sejumlah orang yang memiliki tujuan untuk disalurkan kepada objek yang telah ditentukan seperti untuk bantuan bencana alam, pendanaan sebuah proyek, pendanaan untuk kemanusiaan, dan pembiayaan lainnya. Proses *crowdfunding* terjadi ketika sejumlah orang memberikan bantuan secara finansial untuk ikut mendukung dan mendanai sebuah proyek². *Crowdfunding* merupakan metode penggalangan dana yang memanfaatkan internet dan memanfaatkan akses jejaring keluarga, pertemanan, serta kelompok masyarakat yang dilakukan melalui media sosial berupa Instagram, Facebook, Twitter, serta media sosial lainnya agar minat investor lebih mudah didapatkan³.

Saat ini Indonesia telah memasuki era industri 4.0, yaitu era yang mengandalkan teknologi digital di semua kegiatan, salah satunya adalah dalam

¹Bruton, G., Khavul, S., Chaves, H. (2011). Microlending in emerging economies: Building a new line of inquiry from the ground up. *Journal of International Business Studies*, 42, 718-739.

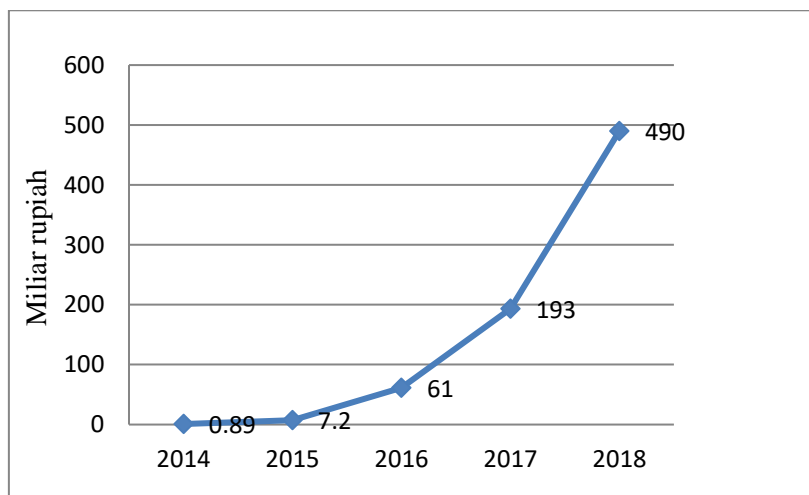
²Wicks, Mike. (2013). *Crowdfunding – An Introduction*. Victoria: Blue Beetle Books.

³Hemer, J. (2011). *A snapshot on crowdfunding*, Jerman: Karlsruhe.

hal keuangan atau yang lebih dikenal dengan sebutan *fintech* (*financial technology*) (Hartato, 2019). Perkembangan *fintech* juga dimanfaatkan dalam penyaluran donasi. Salah satunya adalah donasi melalui *crowdfunding*. Berdasarkan data pada Allied Crowd 2018 *Crowdfunding platform* yang ada di Indonesia terdapat sebanyak 61 *platform*, terdapat 14 *platform* (21%) berstatus aktif dan 47 *platform* (79%) berstatus tidak aktif. Apabila dibandingkan dengan negara-negara yang ada di Asia, Indonesia adalah negara yang mempunyai *crowdfunding platform* terbanyak. Salah satu *crowdfunding platform* di Indonesia adalah Kitabisa.com, *platform* donasi yang berdiri sejak Juli 2013 ini memberikan fasilitas kepada masyarakat yang ingin melakukan penggalangan dana atau berdonasi bagi yang membutuhkan. *Platform* Kitabisa.com telah digunakan oleh sekitar satu juta orang pengguna. Terdapat beberapa kategori penggalangan donasi sosial di antaranya yaitu dana kemanusiaan seperti bantuan untuk Palestina, bencana alam seperti banjir dan gempa bumi, hingga dukungan karya seperti pengembangan pesawat Habibie R80. Menurut data *Giving Report* Kitabisa.com (2018) bahwa *crowdfunding* Kitabisa.com telah berhasil mengumpulkan dana sebesar 490 miliar rupiah serta mengalami peningkatan lebih dari 100% dari tahun sebelumnya.

Gambar 1

Pertumbuhan Penggalangan Dana Kitabisa.com



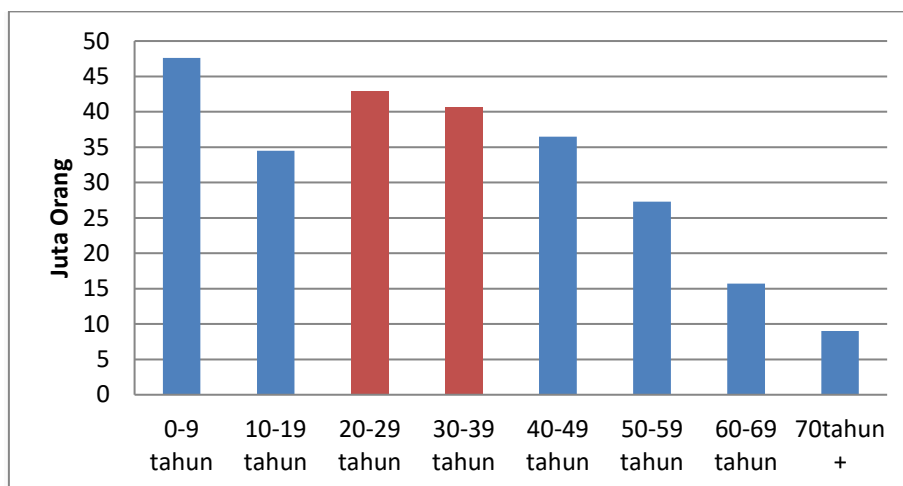
Sumber: Kitabisa.com 2018

Jumlah penduduk Indonesia dalam beberapa tahun terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data *Worldometers* (2019), Indonesia berada di peringkat keempat negara berpenduduk terbanyak di dunia setelah Tiongkok, India, dan Amerika Serikat, meskipun jumlah populasi besar, tetapi didominasi oleh usia produktif. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kelompok usia produktif (14-64 tahun) yang berjumlah 179.1 juta jiwa (67.6 persen), terdapat kelompok usia milenial mencapai 24 persen, yaitu 63.4 juta dari penduduk. Jumlah yang cukup signifikan ini membuat generasi milenial akan memiliki peran besar dan menentukan perekonomian Indonesia.

Generasi milenial merupakan generasi yang lahir pada tahun antara 1980 sampai tahun 2000⁴. Generasi milenial merupakan generasi yang hidup dengan berbagai macam kecanggihan teknologi.

Gambar. 2

Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Kelompok Umur (2018)



Sumber : IDN Research Institute

Indonesian Millennial Report tahun 2019 mengeluarkan data persentase bahwa generasi milenial sudah mulai memperhitungkan alokasi dana untuk aktivitas sosial seperti infak dan sedekah sebesar 5.3 persen dari pendapatan. Generasi milenial saat ini diberikan banyak pilihan untuk menentukan sasaran sedekah dan infak, di antaranya dengan memanfaatkan teknologi termasuk secara *online* melalui *crowdfunding platform*.

⁴[BPS] Badan Pusat Statistik. (2010). Jumlah Penduduk Muslim [internet]. [Diakses 2019 Oktober 20]. Tersedia pada: <http://www.bps.go.id>.

Berdasarkan hukum Islam, penggalangan dana atau donasi yang dilakukan secara *online* adalah salah satu bentuk dari sedekah dan infak karena merupakan usaha di bidang sosial (nirlaba) yang memiliki tujuan untuk saling tolong menolong terhadap sesama. Telah disebutkan dalam Al-qur'an yang menganjurkan dan mengajarkan untuk bersedekah dan berinfak. Seperti yang tertera dalam QS An-Nisa (4 : 114) .

"Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat ma'ruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keridhaan Allah, maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar."

Ayat tersebut adalah salah satu landasan bagi umat Muslim agar dapat saling tolong menolong. Ikut serta dalam penyaluran donasi melalui *crowdfunding platform* merupakan bentuk tolong menolong terhadap sesama. Fasilitas *crowdfunding platform* merupakan salah satu cara agar penggalangan donasi dapat berjalan dengan lebih efektif⁶. Manajemen perencanaan keuangan Islami menyatakan bahwa sumberdaya keuangan yang diperoleh sebaiknya dialokasikan untuk empat komponen utama dengan prioritas sebagai berikut *charity* (donasi), *debt* (utang dan tagihan), *investment* (investasi), dan *consumption* (konsumsi) termasuk di dalamnya *lifestlye* (gaya hidup)⁷. Sebagian harta yang diperoleh sebaiknya dialokasikan untuk donasi. Donasi terdiri dari dua, yaitu donasi wajib dan donasi sukarela. Donasi sukarela salah satunya adalah infak dan sedekah yang dapat ditujukan untuk siapa saja, tidak terbatas pada golongan atau kelompok tertentu. Oleh karena itu, infak memiliki ruang lingkup yang luas karena tidak memiliki batasan apapun.

B. Kajian Pustaka

Charity atau kegiatan amal adalah tindakan memberi uang, barang, atau waktu kepada yang membutuhkan, baik secara langsung atau melalui perantara. Menurut Smith dalam Birch (1998), altruism dan *charity* memainkan peran penting dalam teori tatanan sosial untuk mencapai segala jenis norma keadilan distributif. Motivasi dominan dalam berdonasi adalah kepuasan internal yang diperoleh individu dari tindakan memberi itu sendiri. Individu memperoleh kepuasan dari

memberi dengan banyak cara seperti saat memperoleh kepuasan dari membeli mobil baru atau makan di restoran, terutama ketika jumlah donor besar (Murillo 2005).

Pengertian *crowdfunding* yang sering digunakan yaitu suatu sebutan untuk sebuah panggilan³ melalui internet, bertujuan untuk mengumpulkan dana yang berbentuk donasi untuk mendukung suatu tujuan⁸. *Crowdfunding* merupakan tindakan dalam sebuah pendanaan yang dilakukan oleh sebuah agen yang akan dialihkan kepada suatu kelompok besar orang dalam sebuah panggilan terbuka⁹. Berdasarkan tujuannya, *crowdfunding* terbagi menjadi dua, yaitu untuk tujuan profit dan nonprofit. *Crowdfunding* yang dilakukan secara nirlaba (*nonprofit*), yakni sebuah sistem yang bertujuan untuk penggalangan dana donasi yang ditunjukkan untuk sosial seperti bencana alam, dan kemanusiaan¹¹.

Donasi *online* melalui *crowdfunding platform* adalah melalui *fintech*. *Financial Teknologi (fintech)*, Menurut Bank Indonesia, adalah sistem keuangan yang terdapat teknologi didalamnya agar dapat menghasilkan layanan jasa keuangan, produk maupun model bisnis yang dapat memberikan kemudahan, keamanan, dan efektivitas dalam pembayaran yang dapat memberikan dampak pada stabilitas moneter serta stabilitas keuangan. Berbagai macam *fintech* di Indonesia mulai bermunculan. Pada tahun 2018 *fintech* mulai menguasai dalam bidang ekonomi. Jenis *startup* yang ada di Indonesia di antaranya adalah Gopay, Ovo, Kitabisa.com, Act.com, Paytern, Linkaja, Dana, Bareksa.com, Kartuku.com, Pinjam.com, dan lainnya.

Donasi memberi pengaruh dalam kehidupan manusia baik di dunia maupun di akhirat, oleh sebab itu Islam mengajarkan umat manusia untuk rajin membantu kepada sesama. Dengan berdonasi, dapat bertambah pahala dan keimanan seseorang. Dalam hadis disebutkan bahwa apabila seseorang memiliki harapan untuk mencapai tujuan tersebut, maka diperintahkan untuk memulainya

⁶Aziz. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menyalurkan donasi melalui *crowdfunding platform* berbasis *online*. [Tesis]. Jakarta (ID): Universitas Indonesia.

⁷Arsyianti LD. (2013). Merumuskan alokasi sumberdaya keuangan sebagai bahan literasi keuangan syariah. *Al-Infak*. 4(2).

⁸Hemer, J. (2011). *A snapshot on crowdfunding*. Jerman: Karlsruhe

⁹Tomczak, A., & Brem, A. (2013). A conceptualized investment model of *crowdfunding*. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 15(4), 335-359.

dengan sedekah seperti yang disebutkan “Barangsiapa ingin doanya terkabul dan dibebaskan dari kesulitannya hendaklah dia mengatasi (menyelesaikan) kesulitan orang lain.” (HR. Ahmad). Infak sangat bermanfaat bagi yang menerima maupun yang memberi seperti yang tercantum dalam (QS 2:261): “Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir b⁴enih yang menumbuhkan tujuh bulir; pada setiap bulir seratus biji. Allah melipatgandakan (ganjaran) bagi siapa yang dia kehendaki.”. Sehingga seseorang yang memberikan hartanya di jalan Allah atau berdonasi akan mendapatkan imbalan 700 kali dari apa yang dia berikan kepada orang lain. Hal ini membuktikan bahwa berdonasi tidak hanya memberikan keuntungan bagi yang menerima, namun juga dapat memberi keuntungan kepada pemberi donasi.

C. Metode Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dapat diperoleh dari kuesioner dan wawancara yang diajukan pada responden. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai literatur, skripsi, jurnal, penelitian terdahulu, media internet dan sumber lainnya yang terkait dengan penelitian ini.

Metode dalam penarikan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan secara tidak acak sehingga tidak semua populasi dapat menjadi sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik insidental *sampling* yaitu sampel didapatkan secara kebetulan, atau yang secara kebetulan (insidental) menemukan responden yang dianggap cocok sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan sebagai sampel.

Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan dua pendekatan yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensia menggunakan regresi logistik. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sebagai pengolahan data yaitu *Microsoft Excel 2007* dan *SPSS 24*. Metode analisis deskriptif digunakan sebagai identifikasi karakteristik

¹¹Aziz. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menyalurkan donasi melalui *crowdfunding platform* berbasis online. [Tesis]. Jakarta (ID): Universitas Indonesia.

responden. Data dalam penelitian diperoleh melalui penyebaran kuisioner dan dikelompokkan menggunakan gambar/tabel sehingga dapat dipersentasekan berdasarkan jumlah responden.

Metode analisis regresi logistik digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi milenial dalam menggunakan infak *online*. Analisis regresi logistik juga digunakan untuk mengetahui pengaruh peubah penjelas (X) terhadap peubah respon (Y) dengan menggunakan model persamaan matematis. Peubah penjelas pada regresi logistik yaitu dapat berupa peubah numerik atau peubah kategorik digunakan sebagai penduga besaran peluang kejadian dari kategori peubah respon.

$$Y_i = \beta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan:

Y_i : keputusan mahasiswa melakukan donasi melalui Kitabisa.com

($Y_i = 1$ "berdonasi melalui Kitabisa.com" atau $Y_i = 0$ "tidak berdonasi melalui Kitabisa.com")

β : Intersep

X_3 : Faktor Pengetahuan

β_i : Parameter Peubah X

X_4 : Faktor Efektifitas Platform

X_1 : Faktor Pendapatan

X_5 : Faktor Inovasi Platform

X_2 : Faktor Altruisme

X_6 : Faktor Religiusitas

¹²*Odds ratio* adalah salah satu alat ukur asosiasi, yaitu digunakan sebagai ukuran keterkaitan hubungan antar peubah kategorik yang diperoleh melalui analisis regresi logistik. *Odds ratio* juga digunakan sebagai peluang terjadinya pilihan 1 (menggunakan donasi *online* melalui Kitabisa.com) terhadap terjadinya peluang pilihan 0 (tidak menggunakan donasi *online* melalui Kitabisa.com). Nilai *odds* merupakan salah satu indikator kecenderungan untuk memilih pilihan 1 (menggunakan donasi *online* melalui Kitabisa.com). Semakin besar nilai *odds* menunjukkan peluang responden untuk memilih menggunakan donasi *online* semakin besar. Hubungan antara parameter dengan *odds ratio* yaitu:

¹² Firdaus M, Harmini, Afendi F M. (2011). *Aplikasi Metode Kuantitatif untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor (ID): IPB Press

$$OddsRatio = \frac{Pi}{1 - Pi}$$

Keterangan:

Pi = Rasio peluang memilih pilihan 1

D. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini memiliki variabel independen dan dependen. Variabel independen merupakan faktor-faktor yang memengaruhi milenial dalam berdonasi *online* melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com, yaitu variabel efektivitas platfrom dan variabel inovasi *platform*. Variabel dependen yang digunakan yaitu menggunakan *dummy* variabel yaitu milenial yang belum pernah berdonasi *online* melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com (Y=0) dan milenial yang pernah berdonasi *online* melalui *crowdfunding platform*Kitabisa.com (Y=1). Model ini menggunakan taraf nyata 5% dengan tingkat kepercayaan 95. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi logistik. Data penelitian diolah menggunakan SPSS 24 dengan melakukan uji nilai *case processing summary* agar mengetahui jumlah sampel, *Nagelkerke R-Square* serta *Hosmer and Lemeshow* untuk mengetahui persentase ketepatan data yang dapat dijelaskan oleh model. Uji ketepatan prediksi model pada responden milenial yang pernah berdonasi *online* dan milenial yang belum pernah berdonasi *online* serta nilai signifikansi untuk mengetahui faktor yang memengaruhi milenial dalam berdonasi *online* melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com.

Tabel 1
Faktor yang Memengaruhi Milenial Berdonasi *Online* Melalui Kitabisa.com

		B	Sig.	Exp(B)
Step				
1 ^a	Altruism	.153	.248	1.166
	Pengetahuan	.156	.258	1.169
	Efektivitas <i>Platform</i>	.360	.006*	1.434
	Inovasi <i>Platform</i>	.278	.006*	1.321
	Religiusitas	.152	.159	1.165

Pendapatan	.000	.385	1.000
Constant	-22.104	.000	.000

Keterangan: * signifikan pada taraf nyata 5%

Hasil uji regresi logistik pada tabel 1 menunjukkan bahwa variabel yang signifikan pada faktor-faktor yang memengaruhi milenial berdonasi *online* melalui Kitabisa.com pada taraf nyata 5 persen yaitu faktor efektivitas *platform* dan inovasi *platform*. Variabel efektivitas *platform* signifikan pada taraf nyata 0.006, dan variabel inovasi *platform* signifikan pada taraf nyata 0.006. Variabel efektivitas *platform* dan inovasi *platform* bernilai positif dan menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh positif terhadap milenial dalam berdonasi *online* melalui Kitabisa.com. Sedangkan variabel altruism, pengetahuan, religiusitas, dan pendapatan tidak signifikan terhadap milenial dalam berdonasi *online* melalui Kitabisa.com.

Variabel efektivitas *platform* pada taraf nyata 5 persen berpengaruh signifikan pada nilai *odds ratio* 1.436. Hal ini dapat diinterpretasikan apabila tingkat efektivitas *platform* donasi *online* Kitabisa.com lebih tinggi satu satuan maka peluang milenial berdonasi *online* melalui Kitabisa.com sebesar 1.436 kali lebih besar. Variabel efektivitas *platform* terhadap donasi *online* melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com berpengaruh positif. Hasil ini sesuai dengan hipotesis. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wan *et al.* (2016) yang menjelaskan bahwa niat untuk melakukan donasi secara *online* tergantung pada fungsional pada media sosial atau internet. Pengetahuan produk, pembelian, dan pemakaian. Pengetahuan konsumen terkait produk dari bank syariah lebih tinggi dibandingkan pengetahuan pemakaian dan pembelian. Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ordanini *et al.* (2011) yang menjelaskan bahwa efektivitas *platform* berpengaruh positif maka akan membuat masyarakat lebih tertarik untuk melakukan donasi *online*. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aziz (2019) menjelaskan bahwa efektivitas merupakan salah satu indikator penentu kesuksesan dari donasi *online* yang dilakukan suatu *crowdfunding platform*.

Variabel inovasi *platform* pada taraf nyata 5 persen berpengaruh signifikan pada nilai *odds ratio* 1.322. Hal ini dapat diinterpretasikan apabila

tingkat inovasi *platform* donasi *online* Kitabisa.com lebih tinggi satu satuan maka peluang sebesar 1.322 kali lebih besar untuk milenial berdonasi *online* melalui Kitabisa.com. Variabel inovasi *platform* terhadap donasi *online* melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com berpengaruh positif. Hasil ini sesuai dengan hipotesis. Variabel inovasi *platform* terhadap donasi *online* berpengaruh positif. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ordanini *et al.* (2011) yang menjelaskan bahwa inovasi *platform* berupa pembaruan produk dan perluasan donasi maka akan membuat masyarakat semakin tertarik untuk donasi secara *online*. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Aziz (2019) yang menunjukkan bahwa kemudahan inovasi menjadi salah satu indikator paling penting dalam penentuan memilih donasi *online* melalui *crowdfunding platform*, serta menjadi indikator yang dapat memengaruhi masyarakat.

E. Simpulan

Karakteristik responden yang mencakup beberapa aspek sosial dan ekonomi yaitu jenis kelamin, usia, uang saku perbulan, sumber informasi. milenial yang berdonasi *online* melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com didominasi oleh perempuan, dengan usia 20-23 tahun, dan beragama Islam, dan uang saku perbulan sekitar dari Rp 500 000 hingga Rp 4500 000, serta mengetahui informasi dari berbagai sumber. Berdasarkan hasil dari analisis regresi logistic, variable yang mempengaruhi milenial dalam berdonasi *online* melalui Kitabisa.com yaitu adanya factor efektivitas *platform* dengan koefisien positif, factor inovasi *platform* dengan koefisien positif. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi logistic bahwa variable tersebut berpengaruh signifikan melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com

Daftar Pustaka

- Ahlers (2015). Signaling inequity *crowdfunding*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 955-980.
- Alliedcrowds. (2018). *Crowdfunding in Asia*. Retrieved from <https://alliedcrowds.com/static/reports/AlliedCrowds-Crowdfunding-in-AsiaDirectory.pdf>
- Amanta MV, Arsyianti LD, Rindayati W. (2014). Analysis of Factors Affecting the Charity Allocation of Household: Case Study in Pasir Eurih Village, Tamansari District, Bogor Regency. *Journal article Al-Muzara'ah*. Vol. 2, No. 1
- APJII (2017). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2017*. Jakarta: APJII
- Aprilia, L. Wibowo S. (2017). The impact of social capital on *crowdfunding* performance. *The South East Asian Journal of Management*.
- Arsyianti LD. (2013). Merumuskan alokasi sumberdaya keuangan sebagai bahan literasi keuangan syariah. *Al-Infak*. 4(2).
- Aziz. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menyalurkan donasi melalui *crowdfunding platform* berbasis *online*. [Tesis]. Jakarta (ID): Universitas Indonesia.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. (2010). Jumlah Penduduk Muslim [internet]. [Diakses 2019 Oktober 20]. Tersedia pada: <http://www.bps.go.id>.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. (2019). Jumlah dan Persentase Penduduk Miskin di Indonesia [internet]. [Diakses 2019 Oktober 20]. Tersedia pada: <http://www.bps.go.id>.
- Bekkers R dan Wiepking P. (2011). A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms That Drive Charitable Giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5) 924 -973.
- Belleflamme, P., Omrani, N., & Peitz, M.(2015). The economics of *crowdfunding platforms*. *Information Economics and Policy*, 11-28.
- Birch T. (2016). An Analysis of Adam Smith's Theory of Charity and the Problems of the Poor. *Eastern Economic Journal*, Vol. 24, No. 1.
- Bruton, G., Khavul, S., Chaves, H. (2011). Microlending in emerging economies: Building a new line of inquiry from the ground up. *Journal of International Business Studies*, 42. 718-739.

- Bruton, G., Khavul, S., Siegel, D., & Wright, M.. (2014). New Financial Alternatives in Seeding Entrepreneurship: Microfinance, *Crowdfunding*, and Peer-to-peer Innovations, *Entrepreneurship: Theory and Practice*.
- Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R., & Marom, D.(2012). *A framework for European crowdfunding*. Retrieved 2017. From European *CrowdfundingNetwork*: http://eurocroud.org/2012/10/29/european_crowdfunding_framework/
- Firdaus M, Harmini, Afendi F M. (2011). *Aplikasi Metode Kuantitatif untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor (ID): IPB Press
- Gazalba. (2019). Pengaruh religiusitas, pengetahuan zakat, persepsi kemudahan, pendapatan dan *good governance* terhadap minat berzakat di Bazis DKI Jakarta,[Skripsi]. Jakarta (ID): Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hemer, J. (2011). *A snapshot on crowdfunding*, Jerman: Karlsruhe.
- Hertanto E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. [Internet]. [diunduh 2019 Mei 20]. Tersedia pada: <http://www.academia.edu>
- Hobbs (2016). Success in the management of *crowdfunding* projects in the creative industries. *Internet Research*, 26(1), 146-166
- Kasri RA. (2019). *Why do Indonesian Muslims donate through mosque* [internet]. [Diakses 2019 Desember 17]. Tersedia pada: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IMEFM-11-2018-0399/full/html>
- Kitabisa.com (2018). Indonesia Giving Report. Jakarta.
- Mustafa H. (2000). Teknik Sampling. [Internet]. [diunduh 2020 Januari 20]. Tersedia pada: <http://www.academia.edu>
- Nayunda. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Alokasi Infak Rumah Tangga di Kota Bogor [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Nivoix S dan Ouchrif F. (2017). Is *Crowdfunding* sharia complaint? In international perspectives on *crowdfunding*. *Journal of Service Management*, Vol. 22 Iss 4 pp. 443-470
- Nordin. (2018). Role of Infaq in Financing Students in Malaysian Public Universities. *Western Sydney University*

- Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M., & Parasuratman, A. (2011). *Crowdfunding: Transforming customers into investors through innovative service platforms. Journals of Service Management.*
- Poetsz, M., & Schreier, M.(2012). The value of crowdsourcing: can users really compete with professionals in generating new product ideas? *Journal of Product Innovation Management* 29.
- Sari. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan donasi secara *online* pada *crowdfunding platform*: studi kasus Kitabisa.com. [Tesis]. Jakarta (ID): Universitas Indonesia.
- Schwienbacher, A., & Larralde, B. (2010). *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. SSRN Electronic Journal.*
- Tazkia. (2019). Profil Tazkia [internet]. [Diakses 2019 Desember 17]. Tersedia pada: <http://www.tazkia.ac.id/content/main>.
- Tomczak, A., & Brem, A. (2013). A conceptualized investment model of *crowdfunding*. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 15(4), 335-359.
- Wicks. Mike. (2013). *Crowdfunding – An Introduction*. Victoria: Blue Beetle Books.