

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar belakang

Generasi milenial yang tumbuh di era *internet booming* seperti saat ini membuat kita tidak bisa lepas dengan yang namanya Teknologi Informasi. Seiring dengan berkembangnya zaman, teknologi juga ikut berkembang pesat dan agresif. Teknologi digunakan selain untuk berkomunikasi tetapi juga untuk bertukar informasi. Saat ini, internet adalah media untuk mengetahui segala sesuatu yang diperbarui tentang informasi di dunia. Bahkan tanpa kita sadari bahwa perubahan yang ada seperti saat ini memberikan dampak yang sangat besar bagi kehidupan manusia. Secara sosial, interaksi antara manusia pun ikut berubah melalui media. Tentunya dampak yang diberikan sangat signifikan dalam segala aspeknya, entah itu dampak positif maupun dampak negatif yang dirasakan oleh masing-masing individunya.

Salah satu bentuk dampak positif yang diberikan dengan adanya Teknologi Informasi adalah aktifitas *fundraising* melalui jejaring sosial inilah yang disebut *crowdfunding*. *Crowdfunding* merupakan salah satu penggalangan dana yang digunakan untuk kegiatan sosial. Sebenarnya tidak hanya untuk kegiatan sosial saja tetapi *crowdfunding* juga dapat menjadi sumber pendanaan alternatif bagi wirausahawan yang mencari pembiayaan eksternal.

Di era digital seperti saat ini, *crowdfunding* sudah dapat dilakukan secara *online*. Popularitas *crowdfunding* berawal dari negara barat yaitu Amerika Serikat, seperti Kickstarter dan Indiegogo. Yang kemudian ditiru di Inggris,

Itali, Australia, Kanada hingga Indonesia. Membahas mengenai *crowdfunding platform* tentunya banyak sekali macamnya, seperti yang kita tahu di Indonesia sendiri ada Kitabisa.com, Ayopeduli.com, GandengTangan.com dan masih banyak situs lainnya. Situs *crowdfunding* yang ada pada umumnya cenderung mendanai proyek *non-profit* seperti kesehatan, budaya dan pendidikan (March Hot Asi Sitanggang, 2-3).

*Crowdfunding* menjadi lebih menarik bagi investor karena penggunaan berbasis internet untuk pembiayaan proyek baru melalui audiens yang besar (pendukung) (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2014). Generasi millennial seperti saat ini diberikan *privilege* untuk menentukan preferensi sasaran sedekah mereka serta cara menyalurkan sedekah yang berbasis teknologi dan *online*. Karakteristik generasi millennial yang terbiasa dengan budaya *cashless* atau yang biasanya dikenal dengan istilah *cashless society* yang membawa perubahan gaya transaksi, sehingga mereka cenderung mengendapkan saldo di aplikasi pembayaran dan *e-money* sebagai cara bertransaksi. Bahkan seperti yang dilansir dari situs GO-JEK, sejak tahun 2019, Kitabisa.com menggunakan GO-PAY untuk melakukan donasi digital ke masjid dan yayasan yang telah memiliki *QR Code* yang terdaftar. Tak hanya GOJEK, Kitabisa.com juga bekerja sama dengan beberapa lembaga zakat yang tentunya sudah mengantongi SK Kementerian Agama seperti BAZNAS, Rumah Yatim, Dompot Dhuafa dan lembaga amil zakat lainnya. Tentunya dalam memutuskan untuk bertransaksi secara online,

banyak sekali faktor yang dipertimbangkan. Disini penulis mengambil beberapa faktor yang ingin penulis uji, seperti faktor dari pengaruh reputasi perusahaan, keamanan, kepercayaan, serta kemudahan terhadap sistem Kitabisa.com.

Saat ini Kitabisa.com menjadi salah satu *Platform* yang memiliki jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, dan *brand*-nya juga telah dikenal di dunia *crowdfunding*, sehingga ketika seseorang akan melakukan donasi maka orang akan menjadikan Kitabisa.com sebagai pilihan pertamanya, karena sudah dikenal luas dan kredibilitasnya yang sudah tidak diragukan lagi. Kualitas proyek dari *platform crowdfunding* Kitabisa.com yang dinilai juga sangat baik. Saat ini penyebaran informasi sangat cepat dan kerusakan pada reputasi, kemasyhuran dan opini positif dapat terjadi kapan saja. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan memiliki reputasi yang baik. Seperti peribahasa kuno yang dikatakan Buckingham dalam bukunya, “Butuh waktu lama untuk membangun nama baik, tetapi hanya sebentar untuk menghancurkannya”. Reputasi perusahaan mampu memberikan keyakinan kepada pihak lain mengenai kemampuan dan integritas (Fitra Dharma, 2006). Keyakinan meningkatkan kepercayaan terutama jika pihak-pihak tersebut belum pernah berinteraksi sebelumnya sehingga belum mengetahui tentang masing-masing pihak (McKnight, 1998) Menurut Dick, Chakravarty dan Biehal (1990) melalui penelitiannya mengemukakan sebuah bukti bahwa reputasi perusahaan secara langsung membentuk kepercayaan seseorang terhadap produk atau jasa dari perusahaan yang bersangkutan sehingga akan mempengaruhi seseorang dalam

menentukan pilihan. Persepsi konsumen terhadap reputasi perusahaan akan meningkatkan sikap konsumen terhadap perusahaan (Arli et al., 2017). Disinilah mengapa reputasi perusahaan akan mempengaruhi kepercayaan seseorang dalam menentukan keputusannya untuk melakukan donasi.

Selain reputasi perusahaan, persepsi keamanan juga merupakan aspek penting yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta tingkat kepercayaan terhadap sebuah transaksi yang dilakukan secara *online*. Dalam penelitian yang dilakukan pada konsumen online di negara Malaysia oleh Raman Arasu dan Viswanathan A (2011: 54-60), menunjukkan beberapa fakta menarik, dimana faktor keamanan ternyata memiliki hubungan yang positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan bertransaksi melalui *social networking* websites. Tentunya kita sebagai donatur maupun calon donatur juga mengharapkan keamanan yang baik terhadap dana yang sudah dikumpulkan agar tersalurkan sebagaimana mestinya. Kitabisa.com juga mengantongi izin dinas sosial untuk menjalankannya. Bahkan dikarenakan Kitabisa.com merupakan sebuah yayasan sehingga mereka wajib membuat laporan keuangan dan di *publish* agar masyarakat tahu secara transparan pemakaian dana terhadap dana yang sudah dikumpulkan.

Faktor lainnya selain persepsi keamanan adalah kepercayaan. Berdirinya *Fundraising* Kitabisa.com memang berawal dengan dasar *trust*. Dimana mereka sangat menjaga reputasi mereka agar terhindar dari penyelewengan. Salah satu caranya yaitu dengan memperketat mekanisme dalam pembuatan *campaign*

dan mekanisme pelaporan kejanggalan. Kepercayaan sangat berkaitan erat dengan keamanan. Mengapa? Karena dengan adanya keamanan yang baik membuat seseorang percaya atau pun yakin untuk melakukan sebuah transaksi. Kepercayaan seseorang atas merek merupakan bagian yang penting juga untuk sebuah perusahaan. Kepercayaan seseorang yang baik terhadap sebuah *platform crowdfunding* di Kitabisa.com tentu akan mempengaruhi donatur maupun calon donatur dalam menggunakan jasa *crowdfunding* di Kitabisa.com. Seperti dengan banyaknya artikel yang memuat, kemudian adanya foto, dan keikutsertaan *influencer* dalam membantu gerakannya Kitabisa.com.

Selanjutnya kemudahan dalam penggunaan suatu sistem tentu juga sebagai salah satu faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi. Tidak menutup kemungkinan bagi seseorang yang belum begitu memahami penggunaan sistem. Tergantung seberapa rumitnya sebuah sistem. Semakin rumit maka semakin sulit juga untuk dipahami, karena pemahaman setiap orang yang berbeda-beda. . Pembaharuan pada penelitian ini adalah menambah tiga variabel independen yaitu Reputasi Perusahaan, Keamanan dan Kemudahan Penggunaan Sistem. Alasan menambah ketiga variabel tersebut seperti yang sudah dijelaskan di atas. Penelitian ini akan dilakukan di Kota Yogyakarta. Alasan pemilihan Kota Yogyakarta dikarenakan masyarakatnya yang terdidik dan terpelajar sehingga penulis merasa bahwa masyarakat Kota Yogyakarta bijak dalam menentukan sebuah keputusan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik

untuk melakukan penelitian terhadap “Pengaruh Reputasi Perusahaan, Keamanan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Sistem Terhadap Keputusan Berdonasi Secara *Online* pada *Platform Crowdfunding* Kitabisa.com”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh terhadap keputusan untuk berdonasi secara *online* pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com?
2. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap keputusan untuk berdonasi secara *online* pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan untuk berdonasi secara *online* pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com?
4. Apakah kemudahan penggunaan sistem berpengaruh terhadap keputusan untuk berdonasi secara *online* pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh reputasi perusahaan terhadap keputusan untuk berdonasi secara *online* pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com.
2. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan untuk berdonasi secara *online* pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com.

3. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan untuk berdonasi secara *online* pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com.
4. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan sistem terhadap keputusan untuk berdonasi secara *online* pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian dengan judul “Pengaruh Reputasi Perusahaan, Keamanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Sistem Terhadap Keputusan Berdonasi Secara *Online* Pada *Platform Crowdfunding*” (Studi Kasus pada Donatur Kitabisa.com di Yogyakarta) diharapkan dapat memberi manfaat :

1. Bagi penulis

Penelitian tersebut mampu menambah wawasan dan melatih berpikir kritis atas fenomena akuntansi yang terjadi di lingkungan sekitar, khususnya investasi dalam *crowdfunding*.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini mengenai *crowdfunding* diharapkan mampu sebagai pembelajaran dan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Objek Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi Kitabisa.com untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi

keputusan donatur untuk melakukan donasi di Kitabisa.com serta diharapkan mampu memberikan manfaat dan kontribusi untuk Kitabisa.com sebagai landasan untuk menciptakan dan mengembangkan inovasi baru.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini mengacu pada Pedoman Penulisan Skripsi Program Studi Akuntansi 2018 Universitas Islam Indonesia yang disusun dalam lima bab. Penjelasan dari masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menyajikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini menyajikan landasan teori mengenai permasalahan yang akan diteliti, penelitian terdahulu, kerangka, dan hipotesa penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menyajikan metode penelitian yang dilakukan yang berisi populasi dan sampel penelitian, definisi variabel penelitian, uji instrumen penelitian, dan metode analisis data.

#### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan mengenai hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan alat dan



analisis data untuk memastikan sesuai atau tidaknya dengan hipotesis penelitian.

## BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian serta saran yang berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan.

