

**PENGARUH MORAL JUDGMENT, MORAL
ELEVATION DAN MORAL IDENTITY PADA GEN Z
TERHADAP MINAT BERDONASI ONLINE MELALUI
CROWDFUNDING PLATFORM KITABISA.COM
(STUDI KASUS: MAHASISWA STUDI ISLAM UII)**

*The Effect Of Moral Judgment, Moral Elevation And Moral
Identity In GenZ On The Interest To Danate Online Through
Crowdfunding Platform Kitabisa.com
(Case Study: UII Islamic Study Students)*

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari
Program Studi Ekonomi Islam



ACC MUNAQSAH
10 Agustus 2023


Rizqi Anfanni Fahmi

Disusun Oleh:
Dyah Natassya Akmal
18423152

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2022**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dyah Natassya Akmal

NIM : 18423152

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Sikap Prososial Gen Z Terhadap
Minat Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform Kitabisa.com
(Studi Kasus: Mahasiswa Studi Islam UII)

Dengan ini menyatakan hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksa

Yogyakarta 8 Agustus 2023



Dyah Natassya Akmal

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi

Nama Mahasiswa : Dyah Natassya Akmal

NIM : 18423152

Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Sikap Prososial Gen Z Terhadap
Minat Berdonasi Online Melalui Crowdfunding
Platform Kitabisa.com (Studi Kasus: Mahasiswa
Studi Islam UII)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Agustus 2023



Rizqi Anfanni Fahmi, SEL., MSI

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia DI
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 1176/Dek/60/DAATI/FIAI/IX/2022 tanggal 29 September 2022 M/3 Rabiul Awal 1444 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Dyah Natassya Akmal

NIM : 18423152

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

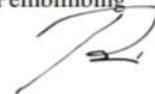
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Sikap Prososial Gen Z Terhadap Minat

Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform
Kitabisa.com (Studi Kasus: Mahasiswa Studi Islam UII)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Rizqi Anfanni Fahmi, SEI., MSI

PENGESAHAN

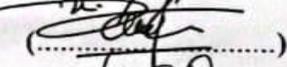
Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

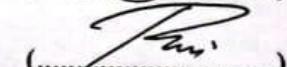
Hari : Selasa
Tanggal : 22 Agustus 2023
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Moral Judgment, Moral Elevation dan Moral Identitas Pada Gen Z Terhadap Minat Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform Kitabisa.com. (Studi Kasus: Mahasiswa Studi Islam UII)
Disusun oleh : DYAH NATASSYA AKMAL
Nomor Mahasiswa : 18423152

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

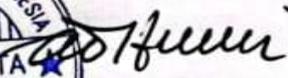
Ketua : Sofwan Hadikusuma, Lc, ME
Penguji I : Anom Garbo, SEI, ME
Penguji II : Tulasmi, SEI, MEI
Pembimbing : Rizqi Anfani Fahmi, SEI, MSI


.....

.....

.....

.....

Yogyakarta, 22 Agustus 2023




Dr. Drs. Asmuni, MA

LEMBAR PERSEMBAHAN

bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Rabbil Alamin. Syukur tak terhingga saya ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala nikmat dan kasih sayang yang selalu dicurahkan dalam kehidupan penulis, serta kemudahan dan pembelajaran, sehingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terimakasih yang tulus juga kepada keluarga penulis yang telah memberikan dukungan serta doa yang terus teriringi sampai akhirnya proses tugas akhir telah tertunaikan.

Penulis persembahkan karya ini untuk:

Bapak Muskam Gianto dan Ibu Titik Dwi Astutik

Terimakasih atas segala doa yang selalu dipanjatkan dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis, dari mulai awal kepenulisan, hingga akhir. Terimakasih telah memberikan kepercayaan dan cinta kasih kepada putri bapak dan ibu.

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

“ Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri” (Q.S Ar-Rad : 11)

“Hiduplah kamu bersama manusia sebagaimana pohon yang berbuah, mereka melemparnya dengan batu, tetapi ia membalasnya dengan buah”

ABSTRAK
**PENGARUH MORAL JUDGMENT, MORAL
ELEVATION DAN MORAL IDENTITY PADA GEN Z
TERHADAP MINAT BERDONASI ONLINE MELALUI
CROWDFUNDING PLATFORM KITABISA.COM
(STUDI KASUS: MAHASISWA STUDI ISLAM UII)**

**DYAH NATASSYA AKMAL
18423152**

Gen Z merupakan sebuah kontributor bagi filantropi yang dapat mempengaruhi orang lain dalam mengumpulkan uang melalui teknologi digital. Salah satunya dengan melakukan kegiatan seperti berdonasi daring melalui Kitabisa.com sebagai platform crowdfunding terbesar di Indonesia. Dengan demikian, nampak *moral judgment*, *moral elevation* dan *moral identity* dalam melakukan donasi. Maka dari itu penelitian ini ingin mengetahui sejauh mana pengaruh moral judgment, moral elevation dan moral identity terhadap minat donasi. Responden merupakan mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Indonesia yang berada di Yogyakarta. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel 100 responden menggunakan pengisian kuesioner. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Teknis analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah ada pengaruh signifikan variabel moral judgment, moral elevation dan moral identity terhadap minat donasi. Variabel moral judgment mempunyai nilai signifikansi $0,045 \leq 0,05$ yang berpengaruh pada minat donasi. Variabel moral elevation mempunyai nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$ yang berpengaruh pada minat donasi. Variabel moral identity mempunyai nilai signifikansi $0,040 \leq 0,05$ yang berpengaruh pada minat donasi. Pada nilai F hitung $14,876 \geq 5,698$ yang menunjukkan variabel moral judgment, moral elevation dan moral identity secara simultan berpengaruh positif terhadap minat donasi.

Kata Kunci: Moral Judgment, Moral Elevation, Moral Identity dan Minat Donasi

ABSTRACT

***The Effect Of Moral Judgment, Moral Elevation And Moral Identity In GenZ On The Interest To Danate Online Through Crowdfunding Platform Kitabisa.com
(Case Study: UII Islamic Study Student's)***

**DYAH NATASSYA AKMAL
18423152**

Gen Z is a contributor to philanthropy that can influence others to raise money through digital technology. One of them is by taking a prosocial attitude such as donating online through Kitabisa.com, the largest crowdfunding platform in Indonesia. Thus it appears moral judgment, moral elevation and moral identity in making donations. Therefore this research wants to know how far the influence of moral judgment, moral elevation and moral identity on the intention to donate. Respondents are students of the Faculty of Islamic Studies, University of Indonesia in Yogyakarta. In this study using quantitative methods with a sample of 100 respondents using a questionnaire. Sources of data used in this study come from primary data and secondary data. The technical analysis used in this study uses multiple linear regression. The results of this study are that there is a significant influence of moral judgment, moral elevation and moral identity variables on donation intentions. The moral judgment variable has a significance value of $0.045 \leq$ which affects the intention to donate. The moral elevation variable has a significance value of $0.000 \leq 0.05$ which affects the intention to donate. The moral identity variable has a significance value of $0.040 \leq 0.05$ which affects the intention to donate. The calculated F value is $14.876 \geq 5.698$ which shows the variables moral judgment, moral elevation and moral identity simultaneously have a positive effect on the intention to donate.

Keywords: Moral Judgment, Moral Elevation, Moral Identity and Interest in Donation

PEDOMAN TRANSLITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te

شَا	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
ه	Ha	h	Ha

ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	a	A
إ	Kasrah	i	I
أ	Dammah	u	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيَّ..	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَّ..	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ َ kataba

-

- فَاعَلَ fa`ala

عَلَى

َ suila

لِ

-س

كَيْفَ َ kaifa

-ك

َ haula

حَوْلَ

-

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيَّ..اِ..	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas

يَٓ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُٓ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَا qāla
- رمى ramā
- قَالَا qāla
- يَقُولُوا yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutahhidup

Ta' marbutahhidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَاوْدَاھُ الْاْتْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَاتُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَاتُ
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَاتُ
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَاتُ

◌

talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- اَلْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- اَلرَّجُلُ ar-rajulu
- اَلْقَلَمُ al-qalamu
- اَلشَّمْسُ asy-syamsu
- اَلْجَلِيلُ al-jalālu
-

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْتُواْ خِ ta'khuẓu
- سَيَأْتِيْكُمْ syai'un
- أَن نَّؤْتِيَنَّهُم an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّا لَنَرَاهُ فِي خُرَالٍ وَأَن يَّزِيَنَّا
- وَهُوَ فِي
ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khair

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
- مَدْحُ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm
- رَحْمَنِ الرَّحِيمِ

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

Allaāhu gafūrun rahīm
- رَحِيمٌ غَفُورٌ حَمِيدٌ

Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru
- لِيْ اَمْرٍ جَمِيْعٍ
jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

لُحْمَدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ

الْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَا بَعْدُ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT karena ridha-Nya-lah penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Faktor Sikap Prososial Gen Z Terhadap Minat Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform Kitabisa.com (Studi Kasus: Mahasiswa Studi Islam UII)”. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan, dan dukungan dari berbagai pihak yang dengan ketulusan, kasih sayang, dan pengorbanannya memberikan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
3. Bapak Rheyza Virgiawan, L.c, M.E. selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam.
4. Rizqi Anfanni Fahmi, SEI., MSI selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan dan mengajarkan ilmunya selama penulis menuntut ilmu pada almamater ini. Dosen beserta seluruh staf Akademik Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Muskam Gianto dan Ibu Titik Dwi Astutik sebagai orang tua yang sangat saya cintai dan sayangi serta Mbak Diah dan Mbak Pipit ini yang selalu memotivasi saya dalam menempuh skripsi ini.

7. Semua teman Ekonomi Islam 2018 seperjuangan yang telah banyak membantu, berbagi ilmu dan saling mendukung serta menyemangati dalam kegiatan kuliah.
8. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa berguna dan bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi almamater Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 8 Agustus 2023

Penulis,



Dyah Natassya Akmal

DAFTAR ISI

REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSEMBAHASAN	vi
MOTTO	7
ABSTRAK	8
ABSTRACT	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR.....	xix
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Landasan Teori.....	14
C. Hipotesis	30
D. Kerangka Berpikir	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Desain Penelitian	34
B. Lokasi Penelitian	34
C. Waktu Penelitian.....	34
D. Subjek & Objek Penelitian.....	34

E. Populasi dan Sampel	35
F. Sumber Data	36
G. Teknik Pengumpulan Data	36
H. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	37
I. Instrumen Penelitian.....	40
J. Teknis Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Karakteristik Responden	46
B. Analisis Data.....	54
C. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	65
A. KESIMPULAN.....	65
B. SARAN.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2. 1 Perbedaan CF Konvensional & CF Syariah.....	27
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel... ..	37
Tabel 3. 2 Skala Likert	41
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Usia.....	47
Tabel 4. 3 Program Studi.....	47
Tabel 4. 4 Domisili	48
Tabel 4. 5 Uang Saku	48
Tabel 4. 6 Tahun Angkatan	49
Tabel 4. 7 Pengalaman Berdonasi Online	50
Tabel 4. 8 Moral Judgment.....	50
Tabel 4. 9 Moral Elevation.....	51
Tabel 4. 10 Moral Identity.....	53
Tabel 4. 11 Minat Donasi	53
Tabel 4. 12 Uji Validitas	55
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4. 14 Uji Normalitas	57
Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4. 16 Uji Heteroskedasititas.....	58
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4. 18 Hasil Uji t	60
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	61
Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi (R^2)	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan digitalisasi terutama di kota-kota besar dirasakan dampaknya, baik yang positif maupun negatif. Masalah yang paling utama merupakan fenomena degradasi moral ke arah yang buruk. Degradasi dapat diartikan sebagai penurunan (Ma'rufah, 2020). Fenomena dari degradasi moral adalah sikap individualisme yang meningkat ditandai dengan individu lebih memilih tidak bersosialisasi namun menggunakan teknologi sebagai sarana untuk bekerja bersama-sama (Sosial, 2023). Degradasi moral dapat disebabkan oleh globalisasi yang mengakibatkan masyarakat hidup dengan tuntutan hebatnya perkembangan teknologi. Sehingga, perilaku interaksi antar individu menjadi longgar dan kontak sosial yang terjadi semakin rendah kualitas dan kuantitasnya sehingga semakin terasa bila terdapat pergeseran nilai-nilai dan budaya seperti perilaku tolong menolong yang saat ini dapat melalui *website* dan media sosial (Sarasdewi & Widiasavitri, 2018).

Indonesia yang telah menjadi negara paling dermawan di dunia menurut *Charity Aid Foundation* sejak tahun 2018 sampai saat ini yang membuktikan bahwa masyarakat mendominasi dalam mendonasikan uangnya kepada lembaga filantropi. Hasil survei tersebut berdasarkan data yang dianalisis selama sepuluh tahun terakhir yang dilakukan terhadap 1,3 juta orang responden di 125 negara. Terdapat 10 negara paling dermawan yang dilaporkan oleh Charities Aid Foundation (CAF), diantaranya Indonesia berada pada urutan paling dermawan, kemudian disusul oleh negara Nigeria, dan Australia. Terdapat 3 kategori menolong berdasarkan survey ini yaitu menolong orang yang tidak dikenal, mendonasikan uang ke

lembaga amal dan dalam melakukan kegiatan sukarela. Sedekah atau donasi tidak hanya berupa harta seperti uang melainkan dapat berupa non harta seperti barang sembako yang dikeluarkan oleh seseorang dengan tujuan kemaslahatan umum (Ar-Rofie et al., 2021).

Perilaku tolong menolong yang didasari dengan ketulusan untuk memberikan manfaat kepada orang lain disebut sikap prososial (Mulyawati et al., 2022). Sedangkan Shadiqi & Mangkurat (2018) mendefinisikan sebagai tindakan sukarela untuk menolong orang lain agar dapat memberikan manfaat positif bagi si penerima bantuan dan mungkin tidak memberi manfaat langsung pada si pemberi pertolongan. Selain itu, perilaku prososial terlihat dalam perilaku menjalin relasi dan kerja sama dengan orang lain yang membawa manfaat dan keuntungan bagi setiap pihak yang terlibat (Atkins, Wilson, & Hayes, 2019). Menurut Eisenberg dan Mussen (1989) perilaku prososial diantaranya *helping, cooperating, comforting, sharing, and donating*.

Crowdfunding platform *base donation* merupakan sebuah wadah penggalangan dana kemanusiaan yang memudahkan donatur untuk membantu seseorang yang sangat membutuhkan melalui *online*. Perkembangan crowdfunding syariah di Indonesia dibagi menjadi empat kategori diantaranya yakni berbasis reward, berbasis ekuitas, berbasis aset dan berbasis donasi (Hoque et al., 2018), yang lebih berfokus mendanai produk dan proyek halal (Saiti, Musito, et al., 2018). Patungan.net, Kitabisa.com dan AyoPeduli.com merupakan jenis *crowdfunding base donation* yang berfokus membantu di bidang sosial nirlaba seperti pendidikan, kesehatan, budaya, agama dan lingkungan. Crowdfunding syariah mencakup zakat, sedekah dan wakaf. Sedangkan crowdfunding konvensional hanya mencakup kemanusiaan (Nelly et al., 2022). Namun, crowdfunding platform yang masih bertahan dan aktif membantu

penyelenggaraan menggalang dana kemanusiaan, zakat, sedekah dan wakaf adalah Kitabisa.com.

Dengan demikian, Gen Z hidup saat teknologi dan media sosial telah menjadi bagian kehidupan manusia, merupakan kontributor bagi filantropi yang dapat mempengaruhi orang lain dalam mengumpulkan uang melalui teknologi digital, bahwa penggunaan *smartphone* untuk terlibat dengan tujuan amal (Rovner, 2018). Selain itu, Gen Z memiliki dorongan untuk mengubah dunia dan percaya bahwa generasi yang lalu meninggalkan masalah untuk diselesaikan oleh generasi yang akan datang (Gollihue, 2019). Sehingga, tampak perilaku prososial dalam melakukan donasi yang memiliki unsur moral yang mendorong seseorang menunjukkan perilaku berdasarkan norma sosial yang membawa dampak kebaikan dalam lingkungan sosialnya. Oleh sebab itu, perlu untuk memahami dasar-dasar moral pada Gen Z.

Moral menurut Santrock menyatakan bahwa sebagai suatu kebiasaan atau aturan yang menyangkut baik dan buruk, pantas atau tidak pantas, benar atau salah yang harus dilaksanakan atau harus dihindari dalam menjalani kehidupan. Kohlberg berpendapat bahwa pemikiran rasional penting untuk perilaku prososial, dan bahwa penilaian moral adalah salah satu faktor paling penting untuk perilaku prososial. Menurut Byrne dan Baron dalam bukunya mengenai psikologi sosial menyatakan faktor yang dapat mempengaruhi perilaku prososial diantaranya faktor moral. Beberapa penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara sikap prososial dengan perkembangan moral (Kusumastuti, 2017; Azariya et al., 2020; Amseke & Panis, 2020; Istiana & Hasibuan, 2021). Nilai-nilai moral yang dipelajari terlihat dalam perilaku prososial seperti perilaku berbagi, kerjasama, menolong, jujur, dan berderma (Amseke & Panis, 2020). Terdapat beberapa moral yang memotivasi perilaku prososial diantaranya

moral judgment, *moral elevation* dan *moral identity* (Ding et al., 2018). Nilai- nilai moral yang dianut individu berpengaruh pada sejauh mana ia terlibat dalam tindakan prososial (Kaur, Singh, & Kaur, 2019). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *moral judgment*, *moral elevation* dan *moral identity* merupakan factor moral yang dapat mempegaruhi sikap prososial seperti berderma atau berdonasi

Moral judgment atau penalaran moral/perkembangan moral mengacu pada keputusan tentang apa yang harus dilakukan seseorang dalam situasi yang bermasalah secara moral, tentang apa yang benar dan apa yang salah ketika memutuskan apa yang harus dilakukan, tentunya berdasarkan pertimbangan moral. *Moral judgment* merupakan aspek kepribadian yang diperlukan seseorang dalam kaitannya dengan kehidupan sosial yang harmonis, adil dan seimbang sehingga akan terwujud kehidupan yang damai, tertib dan harmonis. Selain itu, *moral judgment* dapat dijadikan prediktor terhadap perilaku tertentu yang melibatkan moral, dilihat dari kematangan moral individu sendiri. Beberapa penelitian menyatakan bahwa penalaran moral dan *moral judgment/moral reasoning* berpengaruh pada perilaku prososial (Brestovanský et al., 2022; Syarafah & Wulandari, 2022) Dalam keputusan berdonasi *moral judgment* sangat penting untuk mengetahui apakah seseorang tersebut akan menolong atau mengabaikan peristiwa moral.

Moral elevation mengacu pada perasaan atau emosi positif saat seseorang melakukan perbuatan yang baik atau saat melihat orang lain melakukan tindakan moral sosial yang baik. Seseorang akan cenderung ikut tergerak atau terinspirasi untuk membantu orang lain serta peduli dengan kemanusiaan. *Moral elevation* berbagi karakteristik dengan emosi moral lainnya yang terdiri rangkaian tanggapan yang memotivasi tindakan prososial dan kecenderungan (Haidt, 2003), komponen yang meliputi pikiran, perasaan, motivasi dan perubahan fisik (Izard, 1991; Ekman, 1992). Dalam penelitian

Schnall et al., (2010) *moral elevation* mendorong motivasi untuk bertindak berdasarkan moral seseorang. Seseorang yang mengalami *moral elevation* akan menunjukkan tingkat perilaku prososial yang lebih tinggi setelah melihat perilaku prososial yang dilakukan orang lain. Beberapa penelitian menggunakan video prososial sebagai bahan untuk mendapatkan hasil penelitian yang membuktikan bahwa terdapat motivasi *moral elevation* dalam perilaku prososial (Sparks et al., 2019). Emosi moral menunjukkan bahwa individu telah peka dan memahami perilaku prososial (Amseke, 2020). Oleh karena itu, *moral elevation* dianggap sebagai penting yang mendorong tindakan prososial individu.

Selain itu, dalam penelitian Gotowiec et al. (2018) terdapat *moral identity* yang menjadi faktor perilaku prososial. *Moral identity* dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang menjadi orang yang bermoral. Individu yang memiliki *moral identity* yang kuat .mempunyai nilai moral yang meliputi adil, kasih sayang, sikap jujur dan murah hati (Hertz & Krettenauer, 2016). Individu yang melakukan perilaku prososial yang memiliki motif dari lingkungannya disebut simbolisasi, sedangkan sikap prososial seharusnya berasal dari inisiatif diri sendiri disebut juga internalisasi (Gotowiec et al., 2018). Penelitian yang dilakukan Hertz & Krettenauer (2016) dan Gotowiec (2018) menunjukkan hubungan positif antara *moral identity* dan perilaku prososial. Individu yang dapat mempertahankan sifat mereka dan diakui oleh lingkungannya dalam bersosialisasi akan altruistik dan membantu orang lain serta sadar bahwa moralitas sangat penting sehingga karakteristik moral akan terbentuk. Orang yang memiliki identitas moral akan memiliki keinginan menjadi orang yang lebih baik dengan menyumbangkan lebih banyak uang kepada organisasi amal sebagai niat prososial (Rullo et al., 2021).

Berdasarkan data dan penelitian diatas maka penelitian ini akan berfokus pada variabel *moral judgment*, *moral elevation* dan *moral identity* . Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian yang merupakan Gen Z yang diambil dari mahasiswa Studi Islam, Universitas Islam Indonesia dan berfokus pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com. Selain itu, penelitian mengenai moral di Indonesia masih sangat sedikit terutama pada *moral elevation* dan *moral identity* pada perilaku prososial. Sehingga, peneliti tertarik mencari tahu bagaimana dan seberapa besar variabel *moral judgment*, *moral elevation* dan *moral identity* mempengaruhi donasi online pada *crowdfunding platform*. Maka judul dari penelitian ini ialah “Pengaruh factor sikap prososial *Gen Z* terhadap minat berdonasi online melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com: Studi Kasus Mahasiswa Studi Islam UII”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *moral judgment* pada sikap prososial Gen Z dalam minat berdonasi melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com?
2. Bagaimana pengaruh *moral elevation* pada sikap prososial Gen Z dalam minat berdonasi melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com?
3. Bagaimana pengaruh *moral identity* pada sikap prososial Gen Z dalam minat berdonasi melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com?
4. Bagaimana pengaruh *moral judgment*, *moral elevation* dan *moral identity* secara simultan terhadap minat berdonasi melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh *moral judgment* pada Gen Z dalam minat berdonasi melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com
2. Untuk menguji pengaruh *moral elevation* pada Gen Z dalam minat berdonasi melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com
3. Untuk menguji pengaruh *moral identity* pada Gen Z dalam minat berdonasi melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com
4. Untuk menguji pengaruh *moral judgment*, *moral elevation* dan *moral identity* secara simultan terhadap minat berdonasi melalui *crowdfunding platform* Kitabisa.com

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam bidang sosial baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan memahami perilaku individu dalam kegiatan filantropis dengan memberikan penjelasan empiris mengenai interaksi antar individu dalam berdonasi.
 - b. Menjadi sumbangsih pemikiran bagi crowdfunding amal agar dapat terus berkembang dalam kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat donatur muslim dalam berdonasi.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Penulis
Bermanfaat sebagai wawasan dan pengetahuan baru tentang pengaruh *moral judgement*, *moral elevation* dan *moral*

identity pada perilaku prososial Gen Z dalam keputusan berdonasi di *crowdfunding platform*.

b. Bagi Prodi Ekonomi Islam

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan dan referensi untuk mengembangkan Ilmu Ekonomi Islam khususnya di prodi Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, serta juga dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa UII generasi selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

E. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini berisi latar belakang mengenai permasalahan dan fenomena yang sedang terjadi di masyarakat. Tidak hanya itu, bab ini berisi rumusan masalah yang terbentuk dari latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Telaah Pustaka & Landasan Teori

Dalam bab ini terdapat empat sub yang terdiri dari telaah pustaka, landasan teori, hipotesis dan kerangka berpikir. Telaah pustaka berisi penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung dan relevan pada penelitian ini. Landasan teori berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian ini seperti sikap prososial, *moral judgment*, *moral elevation*, *moral identity* dan *crowdfunding platform*. Hipotesis berisi tentang kemungkinan dan dugaan sementara yang terkait penelitian untuk mendapatkan pembuktian atas kebenarannya. Sedangkan kerangka berpikir berisi tentang sintesa dari serangkain teori yang tertuang dalam telaah pustaka dan landasan teori.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang metode yang digunakan pada penelitian yang terdiri dari desain penelitian, lokasi dan waktu

penelitian, populasi dan sampel penelitian, objek penelitian, sumber data dan variabel operasional penelitian, instrumen yang digunakan dalam penelitian beserta teknik analisis data.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini mengenai tahapan analisis data yang telah dilakukan secara keseluruhan. Data yang telah diperoleh kemudian dikumpulkan, dikaji atau ditelaah, dianalisis kemudian disajikan untuk dibahas guna mendapatkan hasil untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan.

BAB V Penutup

Bab ini berisi saran dan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Telaah pustaka pada penelitian bertujuan untuk memperkuat topik yang berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini yang berasal dari penelitian terdahulu. Telaah pustaka dapat dipakai sebagai landasan sebagai bentuk komparasi terhadap penelitian-penelitian yang sebelumnya.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, penulis/ tahun	Varabel dan Metode	Kesimpulan
1.	Prosocial and moral behavior under decision reveal in a public environment (Andersson et al., 2020)	<ul style="list-style-type: none">- Responden: 374 mahasiswa- Alat analisis: Regresi OLS- Variabel X: Moral Judgment, Altruistic behavior- Variabel Y: keputusan moral di depan umum	<ul style="list-style-type: none">- hasil dari penelitian ini seseorang menolak untuk mengungkap altruistic di depan umum berdasarkan penilaian moral

2.	Hubungan perilaku Prosocial dan Religiusitas Dengan Moral Pada Remaja (Aridhona, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> - Responden: 100 orang remaja SMP - Alat analisis: Korelasi Ganda - Variabel X: Perilaku prososial, Religiusitas - Variabel Y: Moral 	<ul style="list-style-type: none"> - Perilaku prososial dan religiusitas secara signifikan berpengaruh pada moral - ada variabel lain yang berpengaruh pada moral diantaranya relasi sosial, usia, faktor kepribadian dan kelas sosial ekonomi
3.	Peran Perkembangan Moral Terhadap Perilaku Prosocial Remaja (Amseke & Panis, 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - Responden: 352 siswa SMP - Alat analisis: Regresi linear sederhana - Variabel X: Perkembangan moral - Variabel Y: sikap prososial 	<ul style="list-style-type: none"> - Perkembangan moral secara signifikan berpengaruh pada sikap prososial seperti berderma, berbagi, jujur, menolong dan kerjasama.
4.	Dinamika Penalaran Moral Remaja yang Tergabung dalam Geng Pelajar yang Melakukan Perilaku Prosocial (Syarafah & Wulandari, 2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian: Kualitatif - Responden: 2 - Teknik analisis: data driven dan wawancara - Variabel X: Penalaran Moral - Variabel Y: Perilaku prososial 	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil dari penelitian ini penalaran moral pada remaja secara signifikan berpengaruh pada sikap prososial yang didasari interaksi saat berada dalam lingkungan yang positif

5.	<p>What Accounts for Prosocial Behaviour? Roles of Moral Identity, Moral Judgment, and Self-Efficacy Beliefs (Patrick et al., 2018)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Responden: 338 remaja - Jenis analisi: regresi linear berganda - Variabel X: Moral Identity, Moral Judgment, Self-Efficacy Beliefs - Variabel Y: Prosocial Behaviour 	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian ini adalah Moral Identity, Moral Judgment dan Self-Efficacy Beliefs secara signifikan berpengaruh terhadap sikap prososial pada remaja
6.	<p>Moral identity, moral self-efficacy, and moral elevation: A sequential mediation model (Rullo et al., 2021)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Responden: 142 warga Inggris - Jenis Analisis: Regresi linear - Variabel X: Moral Identity, Moral Elevation - Variabel Y: self-efficacy 	<ul style="list-style-type: none"> - Orang yang memiliki identitas moral yang kuat akan mengalami peningkatan moral berdasarkan peningkatan moral efikasi diri - yang artinya seseorang yang memiliki identitas moral akan mengalami peningkatan moral sehingga akan memiliki niat untuk melakukan sikap prososial berdasarkan keyakinannya.

7.	Moral Emotions Associated With Prosocial And Antisocial Behavior in School-Aged Children (Barón et al., 2018).	<ul style="list-style-type: none"> - Responden: 351 remaja Spanyol - Jenis Analisis: Regresi Linear berganda - Variabel X: Prosocial, Antisocial - Variabel Y: Emosi Moral 	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian ini yakni bahwa empati dan rasa bersalah yang rendah dimiliki pada orang yang antisosial. Sedangkan empati dan rasa bersalah yang tinggi dipengaruhi emosi positif sehingga memiliki niat sikap prososial. - Dapat disimpulkan bahwa moral elevation secara signifikan berpengaruh pada prosocial behavior
8.	How Can Prosocial Behavior Be Motivated? The Different Roles Of Moral Judgment, Moral Elevation and Moral Identity Among The Young Chinese (Ding et al., 2018)	<ul style="list-style-type: none"> - Responden: 264 pemuda China - Jenis analisis: Regresi berganda - Variabel X: - Variabel Y: 	<ul style="list-style-type: none"> - Moral Judgment, Moral Elevation dan Moral Identity secara signifikan berpengaruh pada Prosocial Behavior. - Namun, Moral Elevation pada wanita lebih tinggi dibandingkan laki-laki.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dipaparkan tabel 1.1 diatas, pada umumnya meneliti tentang pengaruh sikap prososial pada remaja, belum ada yang meneliti secara khusus tentang minat berdonasi pada Kitabisa.com dikalangan Gen Z mahasiswa pada perguruan tinggi keislaman. Selain itu, referensi penelitian yang membahas tentang pengaruh sikap prososial terutama pada moral masih sangat sedikit. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini ingin mengetahui pengaruh sikap prososial pada Gen Z dalam minat berdonasi melalui Kitabisa.com yang berfokus pada mahasiswa perguruan tinggi Universitas Islam Indonesia.

B. Landasan Teori

A. Sikap Prososial

1. Pengertian Perilaku Prososial

Menurut Shadiqi & Mangkurat (2018) mendefinisikan perilaku prososial sebagai tindakan sukarela untuk menolong orang lain agar dapat memberikan manfaat positif bagi si penerima bantuan dan mungkin tidak memberi manfaat langsung pada si pemberi pertolongan.. Selain itu, perilaku prososial berkisar dari tindakan altruisme yang tidak mementingkan diri sendiri sampai dengan tindakan menolong yang sepenuhnya dimotivasi oleh kepentingan diri sendiri (Uthomah, 2016).

Perilaku prososial merupakan salah satu bentuk perilaku yang muncul dalam kontak sosial, sehingga perilaku prososial dilakukan atau direncanakan untuk menolong orang lain. Tindakan tersebut harus sukarela, membutuhkan pengorbanan dan seharusnya dimotivasi oleh kepentingan individu (Permana et al., 2019), yang menguntungkan orang lain atau suatu kelompok (Eissen & Mussen, 1989). Selain itu, perilaku prososial terlihat dalam perilaku menjalin relasi dan kerja sama dengan orang lain

yang membawa manfaat dan keuntungan bagi setiap pihak yang terlibat (Atkins, Wilson, & Hayes, 2019).

Menurut Arifin (2015), perilaku prososial merupakan tindakan yang mempunyai akibat sosial secara positif, yang ditujukan bagi kesejahteraan orang lain, baik fisik maupun psikologis dan perilaku tersebut merupakan perilaku yang lebih memberikan keuntungan orang lain daripada dirinya sendiri. Menurut Eisenberg dan Mussen dalam Dayakisni dan Hudaniah (2012) sikap prososial mencakup tindakan *sharing* (berbagi), *cooperative* (kerjasama), *donating* (donasi), *helping* (menolong), *honesty* (kejujuran), *generosity* (kedermawanan) dan mempertimbangkan kesejahteraan orang lain.

Berdasarkan pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku prososial merupakan tindakan sukarela tolong menolong yang membutuhkan pengorbanan fisik dan psikologis yang meliputi *sharing* (berbagi), *cooperative* (kerjasama), *donating* (donasi), *helping* (menolong), *honesty* (kejujuran), *generosity* (kedermawanan) dan mempertimbangkan kesejahteraan orang lain demi memberikan keuntungan orang lain daripada dirinya sendiri atau suatu kelompok yang dimotivasi oleh kepentingan individu sendiri

2. Aspek-aspek Perilaku Prososial

Menurut Eisenberg dan Mussen (1989) dalam Dayakisni dan Hudaniah (2012) terdapat lima aspek perilaku prososial, yaitu

a. Berbagi (*Sharing*)

Kesediaan berbagi rasa duka maupun suka agar meringankan beban fisik atau psikologi orang tersebut. Berbagi dilakukan bila penerima menunjukkan kesukaan sebelum ada tindakan melalui dukungan verbal dan fisik.

b. Kerjasama (*Cooperative*)

Kesediaan melakukan pekerjaan bersama-sama untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama biasanya saling memberi, saling menolong dan menguntungkan.

c. Menyumbang/Donasi (*Donating*)

Tindakan seseorang yang murah hati memberikan suatu barang dalam bentuk materil kepada orang lain berdasarkan permintaan kegiatan maupun kejadian yang membutuhkan

d. Menolong (*Helping*)

Kesediaan untuk membantu orang lain yang sedang terkena musibah dengan cara meringankan beban fisik maupun psikologis seperti menawarkan bantuan, menolong orang lain dan melakukan sesuatu yang positif.

e. Kejujuran (*Honesty*)

Suatu bentuk perilaku yang dilakukan dengan perkataan yang benar adanya dengan keadaan sesungguhnya tanpa menambahkan atau mengurangi informasi yang ada.

f. Kedermawanan (*Generosity*)

Suatu perilaku yang dilakukan atas dasar kesadaran diri sendiri dan menunjukkan rasa kemanusiaan karena telah memberikan sebagian hartanya kepada sekelompok individu lain yang membutuhkan dan bersifat sukarela.

g. Mempertimbangkan kesejahteraan orang lain

Sarana untuk individu lain dengan tujuan memberikan kemudahan dalam semua urusannya, serta memiliki rasa peduli kepada individu lain dengan cara mau mendengarkan masalah yang diceritakan individu lain tersebut.

3. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Prososial

Menurut Baron dan Byrne (2005) faktor yang mempengaruhi perilaku prososial ialah:

a. Faktor Situasional

Keadaan, kondisi dan situasi dapat mempengaruhi individu dalam melakukan perilaku prososial

b. Moral

Suatu kebiasaan atau aturan yang menyangkut baik dan buruk, pantas atau tidak pantas, benar atau salah yang harus dilaksanakan atau harus dihindari, dapat mempengaruhi individu lain dalam menjalani kehidupan

c. Keadaan Emosional

Keadaan emosional seseorang dapat mempengaruhi perilaku prososial individu, apabila individu tersebut dalam keadaan emosional yang baik maka dapat melakukan perilaku prososial

d. Perbedaan Individu

Perbedaan individu misalnya jenis kelamin seseorang akan berpengaruh pada perilaku prososialnya.

Menurut Staub (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2015)

terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku prososial, yaitu:

a. *Self-gain*

Harapan seseorang untuk tidak kehilangan sesuatu misalnya pengakuan, pujian dan tidak ingin merasa dikucilkan terhadap lingkungannya yang berada disekitarnya.

b. *Personal Values and Norms*

Adanya nilai-nilai atau norma sosial yang sebagian berkaitan dengan perilaku prososial, selama individu melakukan sosialisasi dan berkewajiban untuk menegakkan keadilan dan kebenaran serta adanya norma timbal balik.

c. *Empathy*

Kemampuan setiap individu untuk merasakan perasaan atau pengalaman orang lain sebagai bentuk kepedulian kepada orang lain.

Berdasarkan pendapat yang telah diuraikan dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku prososial yaitu faktor situasional, moral, keadaan emosional dan perbedaan individu. Adapun faktor lainnya yaitu *Self-gain*, *Personal Values and Norms* dan *Empathy*

B. Moral Judgment

1. Pengertian Moral

Moral berasal dari bahasa latin yakni *Mores*. *Mores* berasal dari kata *mos* yang artinya kesusilaan, tabiat, atau kelakuan. Sjarkawi menyatakan moral adalah nilai kebaikan manusia sebagai manusia. Kebaikan moral mengandung nilai-nilai yang universal tentang kemanusiaan (Kohlberg dalam Sjarkawi, 2006). Moral merupakan kepribadian yang dibutuhkan individu dalam kaitannya dengan kehidupan sosial secara harmonis, adil dan seimbang.

Sauri (2010) kata moral memiliki makna (1) ajaran yang menyangkut kesusilaan atas segala tuntutan untuk melakukan perbuatan baik, meninggalkan perbuatan buruk yang bertentangan dengan norma dalam kehidupan bermasyarakat. (2) moral merupakan ketentuan yang dapat digunakan masyarakat untuk menilai seseorang apakah melakukan perbuatan baik atau buruk. (3) moral merupakan gejala kejiwaan yang timbul dalam bentuk perbuatan seperti berani, sabar, dan jujur lain-lain sebagainya. Moral menurut Suseno dalam (Ananda, 2017) merupakan ukuran baik-buruknya seseorang baik sebagai pribadi, warga masyarakat, dan warga negara.

Berdasarkan pendapat yang telah diuraikan dapat diambil kesimpulan bahwa moral merupakan kesusilaan, tabiat, atau kelakuan seseorang dalam kehidupan bermasyarakatnya serta dapat dijadikan penilaian di lingkungan masyarakat.

2. Pengertian Moral Judgment/Penalaran Moral

Moral Judgment merupakan sebuah keputusan yang harus dilakukan pada masalah situasi moral, benar dan salah ketika memutuskan apa yang harus dilakukan, tentunya berdasarkan pertimbangan moral. Kohlberg (1989) sering menggunakan istilah *moral judgment*. Judgment menurut (Setiono, 1982; Salim, 1989) merupakan pertimbangan, penalaran tentang baik-buruk, benar-salah, pantas-tidak pantas mengenai keputusan yang akan diambil individu dalam pertimbangan moral. Oleh sebab itu, moral judgment dapat dikaji melalui penalaran moral. Penalaran moral dapat disebut dengan istilah *moral thinking/ moral reasoning*.

3. Tahap-tahap Moral Judgment/Penalaran Moral

Kohlberg menjelaskan 3 tingkatan penalaran moral yang berbeda, masing-masing dibedakan lagi menjadi 2 tahap yang saling berkaitan:

Tahapan penalaran moral dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Tingkat Prakonvensional

Tahap ini lebih mengacu pada perbuatan baik dan buruk diinterpretasikan melalui *punishment* (hukum) dan *reward* (imbalan) eksternal.

Tahap 1: Tahap Orientasi Hukuman dan Kepatuhan
Untuk mengelakkan melanggar peraturan karena takut akan hukuman. Kepatuhan terjadi secara alami dan mengelakkan kerusakan fisik kepada manusia lain dan harta benda. Seorang anak berpikir mereka harus patuh karena takut hukuman terhadap perilaku membangkang.

Tahap 2: Orientasi Instrumental Relatif

Penalaran individu yang memikirkan kepentingan diri sendiri adalah hal yang benar untuk dilakukan dan berlaku juga bagi

orang lain. Mereka berpikir bila mereka baik kepada orang lain maka orang lain akan baik kepada mereka.

b. Tingkat Konvensional

Tahap ini individu memberlakukan standar tertentu yang ditetapkan orang lain, dapat orang tua atau pemerintah.

Tahap 3: Orientasi persetujuan antar individu atau *'good boy-nice girl's'*/anak manis

Perilaku yang baik merupakan perilaku yang menyenangkan dan membantu orang lain serta yang disetujui oleh mereka. Individu akan menghargai kepercayaan, perhatian dan kesetiaan terhadap orang lain sebagai dasar penilaian moral. Individu yang mengadopsi standar moral orang tua akan dianggap menjadi individu yang baik.

Tahap 4: Orientasi undang-undang atau peraturan
Penalaran moral/penilaian moral berasal dari pemahaman aturan di masyarakat, keadilan, hukum dan kewajiban. Melakukan kewajiban sendiri dan menjaga ketertiban sosial merupakan perilaku yang baik.

c. Tingkat Pasca Konvensional

Pada tahap ini individu sudah merasa jelas untuk merumuskan nilai dan prinsip sehingga dapat memutuskan kode moral personal.

Tahap 5: Orientasi *contract legalistic*
Manusia memiliki nilai, pendapat dan peraturan yang relatif kepada sesuatu kelompok yang harus dipatuhi, bagaimanapun ini merupakan kontrak sosial. Beberapa pendapat yang di luar aturan kelompok harus diadopsi walaupun tidak mendapat dukungan dari mayoritas.

Tahap 6: Orientasi prinsip etika universal
Peraturan atau perjanjian sosial yang sah didasarkan pada prinsip-prinsip tertentu, bersifat universal karena berdasarkan

persamaan hak asasi manusia, keadilan dan penghormatan terhadap kemanusiaan sebagai individu

4. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Moral Judgment /Penalaran Moral

Menurut Kohlberg terdapat 3 faktor yang mempengaruhi penalaran moral yaitu:

a. Kesempatan dalam pengambilan peran

Moral judgment atau penalaran moral akan meningkat bila seseorang terlibat situasi pengambilan perspektif sosial seperti, hak dan kewajiban, pendapat, perasaan, keinginan, kebutuhan dan lain-lain.

b. Situasi moral

Seseorang saat berada di lingkungan sosial memiliki hak dan kewajiban fundamental yang melibatkan keputusan. di beberapa lingkungan keputusan diambil berdasarkan figur otoritas, tradisi, hukum, aturan. Pada lingkungan yang lain, keputusan didasarkan pada *moral judgment* menstimulasi orang untuk melakukan norma dan nilai moral.

c. Konflik moral kognitif

Konflik moral kognitif merupakan pertentangan dari *moral judgment* orang lain dengan *moral judgment* diri sendiri. Beberapa studi menyatakan, seseorang yang bertentangan dengan orang lain akan memiliki *moral judgment*/penalaran yang lebih tinggi atau lebih rendah.

C. Moral Elevation

1. Pengertian Moral Elevation

Menurut Algoe & Haidt (2009) *moral elevation* merupakan suatu emosi positif ketika menyaksikan tindakan moral yang baik dan meningkatkan kesejahteraan orang lain yang

terdiri dari perasaan hangat, kekaguman, kasih sayang terhadap orang yang melakukan tindakan moral yang baik.

Menurut Dr. Simon Moss, *moral elevation* adalah suatu emosi keadaan tertentu yang terkadang dialami individu setelah mereka menyaksikan atau mendengar tentang tindakan yang baik seperti tindakan di mana seseorang menunjukkan belas kasih, pengampunan, pengertian, dan altruisme yang tidak terduga. Setelah individu mengalami keadaan ini, mereka menjadi lebih altruistik dan membantu.

Moral elevation mempunyai arti sama dengan emosi moral yakni suatu emosi yang didasarkan pada benar atau salah pada suatu perbuatan, dan memotivasi pikiran untuk melakukan hal benar atau salah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Emosi moral merupakan suatu bentuk emosi yang merespon suatu kejadian atau perbuatan pelanggaran moral seperti tindakan belas kasih, pengampunan, pengertian dan altruisme yang tidak terduga dan menstimulasi individu memilih melakukan tindakan perilaku moral yang menurutnya baik untuk dirinya.

2. Kelompok Moral Elevation/Emosi Moral

Menurut Haidt (2003) dan Steats & Turner (2006) dalam terdapat empat kelompok emosi moral yaitu:

a. *Self Critical Moral Emotion; Shame and Guilt*

Emosi moral ini merupakan emosi negatif, rasa malu dan bersalah yang ditujukan kepada diri sendiri karena melanggar kode moral setelah menyaksikan seseorang mengalami kegagalan dalam hidup dan melanggar kode budaya. Haidt menyebut ini sebagai *The Self-Conscious Emotions* yang terdiri dari malu, bersalah, *shame*, dan *pride* (bangga) yang timbul oleh evaluasi dan refleksi diri.

b. *Other-Critical Moral Emotions: Contempt, Anger, and Disgust*

Emosi moral negatif ini ditujukan kepada orang lain yang melanggar moral. Haidt menyebut ini sebagai *The Other- Condemning Emotions* yang terdiri dari rasa jijik, hina, dan amarah

c. *Other-Suffering: Empathy and Sympathy*

Emosi positif ini terjadi saat menyaksikan atau mendengar pengalaman buruk yang terjadi kepada orang lain. Empati melibatkan kemampuan kepekaan individu yang dialami orang lain, karena empati merupakan bentuk emosi individu yang belum pernah mengalami peristiwa yang dialami orang lain. Sedangkan simpati merupakan suatu emosi yang tidak banyak melibatkan kepekaan individu karena individu telah pernah berada dalam peristiwa atau situasi yang sama dengan orang lain.

d. *Other-Praising Moral Emotions: Gratitude dan Elevation*

Emosi positif ini terjadi saat menyaksikan atau mendengar peristiwa yang baik dan menyenangkan yakni rasa syukur. Rasa syukur mendorong orang untuk murah hati dan

berterima kasih sehingga memotivasi seseorang berperilaku prososial. Elevasi merupakan kebalikan dari sikap jijik, sehingga elevasi merupakan perasaan kagum, hangat menyaksikan tindakan pengorbanan, amal dan lain-lain.

D. Moral Identity

1. Pengertian Moral Identity

Identitas moral menurut menurut Blasi (dalam Hardy & Carlo, 2005) ialah sebuah dimensi yang berbeda pada setiap kepribadian individu, dimana kepribadian tersebut didasarkan pada sebab moral. Setiap individu memiliki nilai dan norma pribadi berbeda yang berkaitan dengan perilaku individu tersebut. Nilai dan norma pribadi seseorang akan membentuk identitas moral tertentu (Hardy & Carlo, 2011).

Menurut Colby & Damon (2004) menyatakan bila identitas telah menyatu dengan moralitas seseorang, maka memotivasi moral judgment/penalaran moral untuk mewujudkan perilaku moral. Redd & Aquino (2002), identitas moral merupakan bagaimana individu menggambarkan dan melihat dirinya sendiri dalam hal menentang kecurangan, etika, *honesty*, *caring* serta berkomitmen dalam tindakan yang benar. Apabila individu mempunyai identitas moral yang kuat maka akan memiliki komitmen moral yang tinggi dalam melakukan perilaku moral (Bergman, 2004)

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa identitas moral ialah bagaimana individu dapat menggambarkan dirinya dalam hal menentang kecurangan, etika, *honesty*, *caring* serta berkomitmen dalam tindakan yang benar

2. Faktor yang mempengaruhi Moral Identity/Identitas Moral

Menurut Blasi terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi identitas moral:

a. *Kekuasaan Kehendak (will power)*

Kekuasaan kehendak yang melibatkan strategi dan keterampilan analisis masalah, menolak godaan, menunda kepuasan, menetapkan tujuan dan memfokuskan perhatian.

b. *Integritas (Integrity)*

Integritas merupakan individu dapat bertanggung jawab terhadap konsekuensi dari perilaku yang dilakukannya.

c. *Hasrat Moral (Moral desire)*

Hasrat moral merupakan motivasi individu dalam kehidupan yang lebih bermoral

3. Aspek Moral Identity/Identitas Moral

Menurut Redd dkk (2010) terdapat aspek dalam identitas moral ialah:

- a. Internalisasi, ialah seberapa penting sifat moral bagi konsep individu
- b. Simbolisasi, ialah seberapa jauh individu dapat menunjukkan identitas sosial mereka yang didasarkan pada sifat moral

E. Crowdfunding Platform

1. Pengertian Crowdfunding Platform

Crowdfunding merupakan penggabungan dua kata dari bahasa Inggris yaitu *crowd* memiliki arti keramaian dan *funding* yang memiliki arti pendanaan atau pembiayaan. Sehingga *Crowdfunding* merupakan pembiayaan atau pendanaan yang berasal dari sekelompok orang yang memiliki tujuan untuk menghimpun dana untuk mencapai suatu proyek tertentu. *Crowdfunding* juga dapat didefinisikan sebagai metode pendanaan untuk merealisasikan suatu inisiatif melalui kontribusi yang didistribusikan secara *online* dengan pendanaan sejumlah uang oleh sekelompok besar orang dalam jangka waktu terbatas (Hossain & Oparaocha, 2017).

Sehingga dapat disimpulkan dari beberapa pengertian diatas, maka *crowdfunding platform* ialah suatu pembiayaan atau pendanaan dari suatu kelompok dengan tujuan untuk menghimpun dana untuk kegiatan tertentu.

2. Konsep Crowdfunding Syariah

Crowdfunding syariah merupakan crowdfunding yang dalam kegiatan operasional memiliki prinsip nilai-nilai islam, terhindar dari gharar, maysir dan riba. Produk dan proyek yang harus halal karena menyangkut kemaslahatan umat.

Crowdfunding dengan konsep syariah dibagi menjadi 4 jenis model bisnis, yaitu reward-based crowdfunding (berbasis imbalan), donation-based crowdfunding (berbasis donasi) dan equity-based crowdfunding (berbasis ekuitas) dan Debt-based Crowdfunding (berbasis hutang) (Nelly et al., 2022).

3. Ketentuan Umum Crowdfunding Syariah

Crowdfunding menggunakan asas untuk membantu sesama, serta tolong menolong dalam hal yang baik. Hal ini sesuai dengan syariat islam kepada umat nya agar senantiasa tolong menolong pada sesama. dasar hukum crowdfunding ada pada Al-Qur'an Surah Al- Maidah ayat 2 :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Pada dasarnya melakukan kegiatan ekonomi ialah mubah hukumnya. kebolehan dalam melakukan aspek muamalah, baik jual, beli, sewa menyewa ataupun lainnya.

4. Perbedaan Crowdfunding Konvensional dan Crowdfunding Syariah

Tabel 2. 1 Perbedaan CF Konvensional & CF Syariah

Tipe	Crowdfunding Konvensional	Crowdfunding Syariah
Reward-based crowdfunding (berbasis imbalan)	Materialisme	Materialis, Terdapat juga unsur Al-Falah
Donation-based crowdfunding (berbasis donasi)	Kemanusiaan	Berdasarkan keyakinan agama seperti Wakaf, Zakat, Sadaqah, dll tujuan akhir adalah al-Falah

Equity-based crowdfunding (berbasis ekuitas)	Angel Investors, Modal Ventura	Musarakah. berbasis Musarakah mungkin mirip dengan crowdfunding berbasis ekuitas. Namun, crowdfunding berbasis mudharabah menyediakan seluruh modal dan perusahaan bertanggung jawab untuk operasi bisnis. Dalam hal keuntungan, perusahaan berbagi keuntungan berdasarkan rasio yang telah ditentukan. Namun, dalam kasus kerugian, bertanggung jawab atas semua kerugian
Debt-based Crowdfunding (berbasis hutang)	Berdasarkan bunga; crowdfunding P2P.	Kontrak berbasis penjualan/ Murabahah, Tawarruq, dan Ijarah

Source: Nelly et al.(2022).

5. Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan sebuah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang sebelumnya di kembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1967. Setelah itu, *Theory of Planned Behavior* (TPB)

dikembangkan Ajzen pada tahun 1985 dengan menambah beberapa konstruk yang tidak ada di TRA. *Theory of Planned Behavior* (TPB) lebih menjelaskan mengenai faktor yang menentukan tindakan dan perilaku seseorang, hubungan sikap terhadap perilaku seseorang, kemampuan mengontrol perasaan yang mempengaruhi ketika akan melakukan perilaku dan norma subjektif.

Ajzen (1991) mengartikan sikap terhadap perilaku mengacu pada keyakinan terhadap konsekuensi dari perilaku seseorang yang dapat disebut dengan *Behavioral Beliefs*. Keyakinan yang dimaksud adalah penilaian subjektif mengenai keuntungan atau kerugian yang diperoleh dari melakukan atau tidak melakukan sehingga inilah yang menjadi patokan memperkuat sikap terhadap perilaku.

Sedangkan norma subjektif adalah perasaan ataupun dugaan terhadap harapan dari orang disekitarnya mengenai tindakan melakukan atau tidak melakukan pada suatu perilaku tertentu. Norma subjektif dipengaruhi oleh keyakinan sehingga dapat disebut dengan *normative belief* yang memiliki arti keyakinan seseorang yang diperoleh dari pandangan orang lain atau yang berhubungan dengannya (Ajzen, 1991).

Kontrol perilaku atau dapat disebut juga dengan persepsi kontrol perilaku merupakan perasaan pada seseorang untuk sulit atau mudah untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Biasanya kontrol perilaku yang dirasakan merupakan fungsi dari kekuatan faktor pengendalian (*power of control factor*) dan keyakinan pengendalian. Dapat disimpulkan bahwa besarnya persepsi kontrol mempengaruhi seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dilihat atau dipikirkan. Sehingga kontrol perilaku secara tidak langsung mempengaruhi perilaku (Mahyarni, 2013).

Oleh karena itu, dari penjelasan diatas bahwa TPB (*Theory of Planned Behavior*) dapat digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor sikap prososial gen z yang mempengaruhi minat berdonasi pada *crowdfunding platform* Kitabisa.com,. Norma subjektif yang dimaksud yakni minat donasi. Sedangkan kontrol perilaku atau persepsi kontrol perilaku dapat dilihat dari dari variabel Moral Judgment, Moral Elevation dan Moral Identity.

F. Minat Berdonasi

1. Pengertian Minat berdonasi

Minat donasi merupakan sebuah keinginan untuk menyumbangkan dalam bentuk material (uang) maupun non material (waktu, produk/jasa) ke organisasi nirlaba. Apabila seseorang memiliki minat berdonasi yang tinggi dan juga memiliki pemikiran positif organisasi amal. Dengan demikian, merupakan *attitude towards donation and attitude towards charitable organizations*. Menurut Priambodo & Prabawani, (2016) terdapat 3 variabel pengukuran yang mempengaruhi seseorang untuk minat berdonasi:

- a. Tertarik menggunakan *crowdfunding platform*
- b. Memiliki keinginan menggunakan *crowdfunding platform* di masa depan
- c. Mencari informasi mengenai *crowdfunding platform*.

2. Donasi dalam Islam

Sedekah atau donasi atau infak merupakan suatu yang diberikan secara sukarela tanpa dibatasi ukuran atau jumlah tertentu. Menurut terminology syariat, sedekah memiliki arti yang sama dengan infak. Sehingga, dapat diartikan sebagai mengeluarkan sebagian harta untuk kepentingan yang diperintahkan oleh Islam namun tidak ada nishab (Firdaus, 2018). Dalam KBBI infak atau sedekah berarti

pemberian/sumbangan untuk suatu kebaikan. Dalil tentang sedekah ada pada surah Al-Hadid ayat 18 berikut:

إِنَّ الْمُسْتَفِيدِينَ وَالْمُسْتَفِيدَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضَاعَفُ لَهُمْ وَلَهُمْ أَجْرٌ كَرِيمٌ - ١٨

Artinya: "Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah baik laki-laki maupun perempuan dan meminjamkan kepada Allah dengan pinjaman yang baik, akan dilipatgandakan (balasannya) bagi mereka; dan mereka akan mendapat pahala yang mulia."

C. Hipotesis

1. Hipotesis Variabel Moral Judgment (X1) Terhadap Keputusan Berdonasi

Moral reasoning/Moral judgment/ Penalaran moral dapat dijadikan prediktor individu dalam membuat keputusan dalam tindakan moral yang terkait dengan perilaku prososial, termasuk perilaku donasi. yang sesuai dengan penelitian Sophia Francis

Ongley Marta Nola Tian Malti (2014). Tingginya penalaran moral berpengaruh pada tingginya perilaku prososial yang akan dilakukan individu. Hal ini berbanding terbalik apabila tingkat penalaran moral yang dimiliki individu rendah, maka kemungkinan perilaku prososial individu juga rendah (Yuliani Sumadi, 2015; Farid, 2014). Bila individu mengerti mana yang baik dan buruk untuk dilakukan maka individu sudah dimotivasi oleh nilai dan norma sosial yang baik, sehingga perkembangan moral individu tinggi dan mampu untuk mengambil keputusan dirinya (Amseke, 2020).

H₁: Variabel Moral Judgment berpengaruh positif terhadap minat donasi di *crowdfunding platform*

2. Hipotesis Variabel Moral Elevation (X₂) Terhadap Keputusan Berdonasi

Individu yang menyumbang dengan tujuan amal mengalami peningkatan emosi positif, sehingga mempengaruhi potensi meningkatkan tindakan individu setelahnya yang didasari emosi positif (Oneil, 2020). Emosi moral menunjukkan bahwa individu telah peka dan memahami perilaku prososial (Amseke, 2020). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *moral elevation* mengarah ke perilaku prososial (Paulus & Moore, 2017; Sabato & Kogut, 2019; Son & Wilson, 2012). Lalu dalam penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa moral elevation menyebabkan perilaku prososial, termasuk sumbangan amal (Aquino et al., 2011; Freeman et al., 2009; Van de Vyver & Abrams, 2015; Oneil, 2020).

H₂: Variabel Moral Elevation berpengaruh positif terhadap minat donasi di *crowdfunding platform*

3. Hipotesis Variabel Moral Identity (X₃) Terhadap Keputusan Berdonasi

Menurut Aquino & Americus, (2002) individu yang memiliki identitas moral memiliki internalisasi dan simbolisasi dalam dirinya sehingga akan melakukan tindakan prososial. Hertz dan Krettenauer (2016) dan Gotowiec, (2018) bahwa terdapat hubungan positif antara moral identity dengan perilaku prososial. Gotowiec juga mengatakan bahwa lingkungan berperan dalam meningkatkan moralitas seseorang sehingga individu akan bertindak prososial. Beberapa penelitian juga menyatakan bahwa individu yang ingin diakui oleh publik karena faktor simbolisasi dalam dirinya ingin diakui publik karena melakukan perbuatan seperti berdonasi (Winterich, Aquino, et al., 2013; Gotowiec et al, 2018).

H3: Variabel Moral Identity berpengaruh positif terhadap minat donasi di *crowdfunding platform*

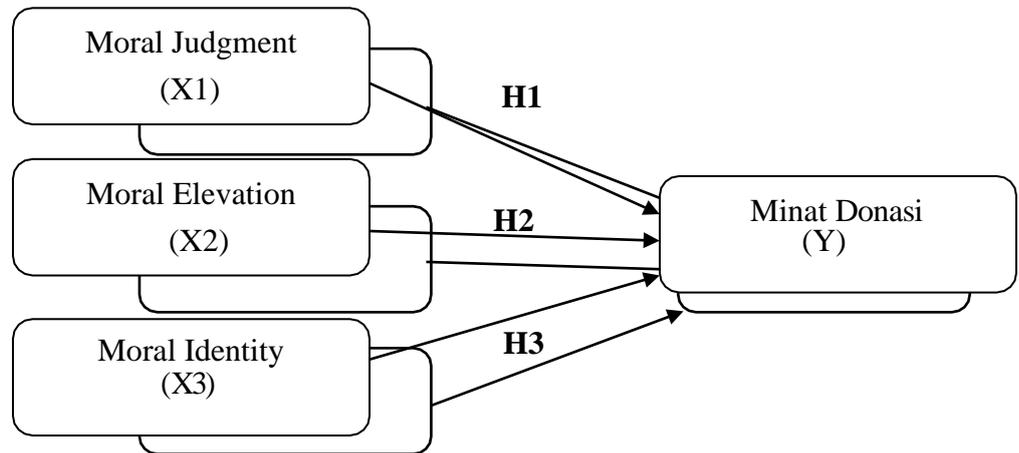
4. Pengembangan Hipotesis

Pengembangan hipotesis merupakan hasil/jawaban sementara variabel X terhadap variabel Y atau dapat dikatakan terhadap rumusan masalah penelitian. Maka dari itu, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah menjadi pengembangan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh antara variabel *moral judgment* dengan minat donasi
2. Diduga terdapat pengaruh antara variabel *moral elevation* dengan minat donasi
3. Diduga terdapat pengaruh antara variabel *moral identity* dengan minat donasi
4. Diduga terdapat pengaruh antara variabel *moral judgment, moral elevation* dan *moral identity* dengan minat donasi

D. Kerangka Berpikir

Berdasarkan hipotesis di atas maka kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan sebuah metode yang menggunakan angka sebagai alat penelitian sehingga akan menemukan keterangan yang lebih jelas. Selain itu, pada penelitian menggunakan pengujian hipotesis yang berasal dari sebab akibat antar variabel bebas agar mengetahui variabel mana yang akan menjadi penyebab dan mempengaruhi variabel terikat. Dimana, pada penelitian ini menggunakan *moral judgment*, *moral elevation* dan *moral identity* sebagai variabel bebas (X). Sedangkan, minat donasi menjadi variabel terikat (Y).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dijadikan tempat dalam pengambilan data penelitian adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang dijuluki sebagai Kota Pelajar di Universitas Islam Indonesia.

C. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih 4 bulan, dimulai pada bulan Oktober 2022-Januari 2023. Pengambilan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner (google formulir) melalui Broadcasting messages. Kuesioner dapat diakses selama 24 jam oleh responden, sehingga responden dapat mengisi kuesioner lebih fleksibel tidak terikat oleh waktu.

D. Subjek & Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa studi islam Universitas Islam dengan kriteria berminat melakukan donasi di *crowdfunding platform* Kitabisa.com. Objek pada penelitian yaitu *moral judgment*, *moral elevation* dan *moral identity* terhadap minat donasi pada *crowdfunding platform* Kitabisa.com.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan generalisasi dari individu, objek atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu untuk dipelajari nantinya dapat diambil kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa studi islam di Universitas Islam Indonesia dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh moral yang merupakan salah satu faktor prososial dalam minat donasi di *crowdfunding platform* Kitabisa.com. Hal itu dapat diketahui setelah melakukan analisis dari *moral judgment*, *moral elevation* dan *moral identity* mahasiswa untuk melakukan donasi. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa studi islam Universitas Islam Indonesia yang tinggal di Yogyakarta

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil dengan cara tertentu untuk digunakan sebagai tolak ukur atau diamati yang kriteria tertentu. Pada penelitian ini pengambilan sampel pada responden dilakukan dengan memenuhi kriteria tertentu. Adapun Kriteria yang telah ditentukan diantaranya yaitu:

1. Mahasiswa Studi Islam Universitas Islam Indonesia yang tinggal di wilayah Yogyakarta.
2. Beragama Islam
3. Berusia 18-25 tahun
4. Berminat melakukan donasi di *Crowdfunding Platform* (Kitabisa.com).

Perhitungan menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019:136) karena untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0.5)(0.5)}{(0.10)^2}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ orang}$$

Keterangan:

n = sampel

z = harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = margin error 10%

Berdasarkan hasil tersebut sebanyak minimal 96,04 atau 96, 4 responden. Maka dapat dibulatkan menjadi 100 responden yang dibutuhkan.

F. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini berasal dari data primer. Sumber data primer didapatkan dari kuesioner berupa pernyataan deskriptif yang disebarikan melalui kuesioner online (google form) karena mampu mendapatkan pendapat individu dengan tetap menjaga kerahasiaannya dan dapat mengisi kuesioner dengan waktu yang fleksibel.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan pada penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner dalam bentuk google form kepada mahasiswa yang berdomisili di Yogyakarta. Data yang didapatkan nantinya digunakan sebagai data primer. Kuesioner ini akan disebarikan melalui *broadcast messages* melalui *Direct Messages* WhatsApp. Isi pertanyaan kuesioner berkaitan dengan topik penelitian yang kemudian dijawab oleh responden lalu kemudian jawaban tersebut dikumpulkan dan diolah menjadi sebuah hasil dan kesimpulan penelitian.

H. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Untuk mempermudah menganalisis hasil dengan kaitannya wawancara penelitian maka diperlukan definisi konseptual dan operasional variabel. Adapun definisi operasional variabel dan konseptual variabel sebagai berikut: menurut Sugiyono (2015) merupakan sifat atau nilai atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel digunakan agar tidak ada kesalahan data sehingga memudahkan peneliti untuk merumuskan variabel penelitian. Variabel penelitian terdiri dari variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Dependen atau Terikat (Y)

Menurut Sugiyono (2019) Variabel dependen dapat disebut sebagai variabel *output*, kriteria atau konsekuen. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi. Pada penelitian ini minat donasi (Y) menjadi variabel terikat. Minat donasi didefinisikan sebagai suatu tindakan yang diambil oleh seseorang dalam penelitian ini adalah mahasiswa studi islam Universitas Islam Indonesia yang berminat melakukan donasi di crowdfunding platform

Y= minat donasi

b. Variabel Independen atau Bebas (X)

Variabel yang mempengaruhi variabel terikat (Y) merupakan pengertian dari variabel independen. Menurut Sugiyono (2019) variabel independen menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Adapun variabel independen (X) pada penelitian ini sebagai berikut:

X1 = Moral Judgement

X2 = Moral Elevation

X3 = Moral Identity

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator
1	Moral Judgment	Suatu keputusan benar/salah yang harus dilakukan pada masalah situasi moral, tentunya berdasarkan pertimbangan moral	Kohlberg menyatakan ada 3 indikator diantaranya: Pra konvensional, konvensional dan pasca konvensional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pra Konvensional, tahap ini perilaku dan sikap individu terhadap budaya sosial 2. Konvensional, tahap ini individu didasari sikap kritis dari kelompok dan orang terdekat. 3. Pasca konvensional, tahap ini individu telah didasari pemikirannya sendiri.

2.	Moral Elevation	Emosi positif setelah menyaksikan tindakan moral yang baik dan dapat memotivasi seseorang melakukan tindakan yang baik.	Menurut Novayanty (2021), peningkatan moral terdapat 4 indikator: sopan santun, kepedulian, kejujuran, mematuhi aturan dan tanggung jawab	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sopan santun, individu mengucapkan kata tolong dan terimakasih jika membutuhkan bantuan. 2. Kepedulian, individu memiliki perhatian terhadap individu lain. 3. Kejujuran, individu dapat dipercaya. 4. Mematuhi aturan, bersikap taat dan menghormati aturan yang berlaku. 5. Tanggung jawab, menanggung semua hal yang berakibat.
3.	Moral Identity	Bagaimana individu dapat menggambarkan dirinya dalam hal tindakan yang melanggar moral	Menurut Winterich et al, (2013) membagi identitas moral menjadi dua indikator yakni <i>Internalization</i> dan <i>Symbolization</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Internalization</i>, kepedulian dan membantu orang lain yang berasal dari dalam diri 2. <i>Symbolization</i>, individu yang memperlihatkan tindakan moral yang dilakukan kepada publik/lingkungan agar mendapat pengakuan.

4	Minat Donasi	Minat donasi merupakan sebuah keinginan untuk menyumbangkan dalam bentuk material (uang) maupun non material (waktu, produk/jasa) ke organisasi nirlaba.	Menurut Priambodo & Prabawani, (2016) terdapat 3 pengukuran variabel minat donasi diantaranya: tertarik menggunakan <i>crowdfunding platform</i> , memiliki keinginan menggunakan <i>crowdfunding platform</i> di masa depan, mencari informasi <i>crowdfunding platform</i>	1. Tertarik menggunakan <i>crowdfunding platform</i> 2. Memiliki keinginan menggunakan <i>crowdfunding platform</i> di masa depan, 3. Mencari informasi <i>crowdfunding platform</i>
---	--------------	--	--	--

Sumber: Data diolah, 2023

I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun kejadian sosial untuk pengambilan data peneliti kemudian dilakukan analisis hasil penelitian. Adapun instrumen penelitian sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen penelitian yang terdiri dari rangkaian pertanyaan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang berasal dari responden dapat diberikan melalui *link Google Form* yang disebarakan melalui WhatsApp dan Instagram dan sosial media lain. Jawaban responden akan diseleksi apakah telah memenuhi kriteria atau tidak, lalu diolah untuk mendapatkan hasil dan kesimpulan.

b. Skala Instrumen

Pada penelitian ini menggunakan dua skala instrumen yang terdiri dari skala nominal dan skala interval.

1. Skala Nominal

Skala ini digunakan untuk mengetahui bagaimana klasifikasi profil dari responden yang terdiri dari usia, pekerjaan, pendidikan, agama, jenis kelamin, pendapatan dan sebagainya.

2. Skala Interval

Skala interval digunakan untuk mengukur variabel independen dan variabel dependen sehingga pada penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2019) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok individu mengenai fenomena sosial. Dalam kuesioner disertai dengan pilihan jawaban skor ganjil yang berpedoman apabila responden merasa ragu-ragu. Jika menggunakan skor genap, cenderung akan memaksa responden untuk menjawab dengan jelas terhadap pernyataan, hal itu akan menimbulkan eror pengukuran.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Kesetujuan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data diolah, 2023

J. Teknis Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda yaitu analisis yang digunakan pada suatu penelitian yang mempunyai variabel bebas lebih dari satu kemudian digunakan untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linear berganda digunakan sebagai teknik analisis dan pengolahan data sehingga dapat mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh antara Moral Judgment (X1), Moral Elevation (X2), dan Moral Identity (X3) terhadap minat donasi *Crowdfunding Platform* (Y) pada mahasiswa di Yogyakarta. Dalam penelitian ini, analisis yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS 26

1. Uji Kualitas data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner berdasarkan pernyataan yang mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur dalam penelitian. Validitas data yang diperoleh dalam penelitian ini diuji menggunakan uji *pearson correlation* dengan nilai yang valid jika menghasilkan r hitung > daripada r table.

b. Uji Reliabilitas

Ansori dan Iswati (2009) dalam Harnoko dan Hernianingrum (2020) menjelaskan bahwa instrumen yang reliabel merupakan instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur data dengan objek yang sama maka akan menghasilkan data (ukuran) yang sama. Pengujian reliabilitas data menggunakan rumus Alpha. Reliabilitas instrumen yang angket dengan skor bertingkat (seperti 0-10, 0-100, 1-5, 1-7 dan lainnya) dapat menggunakan rumus Alpha. Setiap variabel dinilai reliabel apabila telah melalui uji *cronbach's alpha* yang menghasilkan nilai > 0,5.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengecek apakah penelitian berasal dari populasi yang normal atau tidak. Penelitian yang baik makan tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *kolmogorov-smirnov*. Uji normalitas menggunakan SPSS 26 yang dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

Ho: Sampel yang berasal dari populasi yang berdistribusi normal

H1: Sampel yang tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal

Dengan demikian, jika hasil uji tidak signifikan $\alpha= 0,05$ maka termasuk kriteria normal. Apabila uji menunjukkan hasil signifikan maka sebagai berikut:

1. Taraf signifikan apabila $\alpha= 0,05$
2. Jika hasilnya signifikan maka yang diperoleh $> \alpha$, sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal
3. Jika hasilnya signifikan maka yang diperoleh $< \alpha$, sampel yang tidak berasal dari populasi berdistribusi normal

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Uji ini digunakan untuk menghindari proses pengambilan keputusan pada pengaruh uji parsial di setiap antara variabel. Apabila VIF merujuk pada nilai antar 1-10 maka tidak terjadi Multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual

satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016). Hal itu dapat diketahui dengan melakukan uji *Glesjer*. Apabila setiap variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan $\alpha = 0,05$ artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda yaitu analisis yang digunakan pada suatu penelitian yang mempunyai variabel bebas lebih dari satu kemudian digunakan untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + E$$

Keterangan:

Y = Minat Donasi

α = Koefisien Regresi

X1 = Moral Judgment

X2 = Moral Elevation

X3 = Moral Identity

ϵ = error

b. Uji signifikansi hubungan antara variabel parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara terpisah atau parsial. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan angka probabilitas signifikan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

c. Uji signifikan secara simultan (Uji F)

Uji F ini bertujuan untuk menguji signifikansi hubungan antara pengaruh variabel bebas (X) secara serentak terhadap

variabel terikat (Y). Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh antar variabel
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh antar variabel.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) untuk menguji seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas (X) secara serentak terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel-variabel independen menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai mendekati 1 maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan penjelasan yang digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, pendapatan, usia, program studi dan intensitas berdonasi dalam satu bulan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi responden yang berkaitan dengan rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden melalui penyebaran kuesioner, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dapat ditunjukkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah/Frekuensi	Persentase
Perempuan	72	72%
Laki-laki	28	28%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel diatas menjelaskan jumlah responden yang telah melakukan pengisian angket penelitian melalui google form berdasarkan jenis kelamin. Terdapat perbedaan perbedaan sebaran data yakni responden laki-laki sebanyak 28% dan responden perempuan sebanyak 72 (%).

2. Usia

Usia responden dapat ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 2 Usia

Usia Responden	Jumlah/Frekuensi	Persentase
17-19 Tahun	4	4%
20-22 Tahun	43	43%
23-25 Tahun	53	53%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.2 menjelaskan tentang variasi umur responden yang berjumlah 100 orang. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden penelitian didominasi oleh mahasiswa yang berusia 20-22 Tahun yang berjumlah 43 orang dengan persentase sebesar 43%, usia 23-25 Tahun berjumlah 53 orang dengan persentase sebesar 53% orang dan usia 17-19 Tahun berjumlah 4 orang dengan persentase sebesar 4%.

3. Program Studi

Tabel 4. 3 Program Studi

Program Studi	Jumlah/Frekuensi	Persentase
Pendidikan Agama Islam	24	24%
Ahwal Al Syakhshiyah	18	18%
Ekonomi Islam	58	58%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel 4.3 menjelaskan jumlah responden yang telah melakukan pengisian kuesioner/angket penelitian berdasarkan program studi di Fakultas Ilmu Agama Islam. Ditemukan

perbedaan jumlah responden pada masing-masing program studi diantaranya pada responden Pendidikan Agama Islam berjumlah 24 orang dengan persentase sebesar 24%, Ahwal Al Syakhshiyah berjumlah 18 orang dengan persentase 18% dan Ekonomi Islam berjumlah 58 orang dengan persentase 58%.

4. Domisili

Tabel 4. 4 Domisili

Kabupaten/Kota	Jumlah/Frekuensi	Persentase
Kota Yogyakarta	36	36%
Kab. Sleman	60	60%
Kab. Kulon Progo	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Dari table 4.4 menjelaskan jumlah responden yang telah melakukan pengisian kuesioner/angket penelitian berdasarkan domisili/tempat tinggal. Ditemukan terdapat perbedaan domisili responden diantaranya Kota Yogyakarta berjumlah 36 orang dengan persentase sebesar 36 orang, kemudian responden yang berdomisili di Kabupaten Sleman berjumlah 60 orang dengan persentase sebesar 60% dan Kabupaten Kulon Progo berjumlah 4 orang dengan persentase sebesar 4%.

5. Uang Saku

Tabel 4. 5 Uang Saku

Uang Saku	Jumlah/Frekuensi	Presentase
< Rp.500.000	26	26%
Rp.500.000-Rp.1.500.000	39	39%
Rp.1.500.000-Rp.3000.000	28	28%

>Rp.3000.000	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel 4.5 diatas menjelaskan jumlah responden yang telah melakukan pengisian angket penelitian melalui kuesioner berdasarkan uang saku <500.000 sebesar 26 responden atau 26%, Uang saku Rp.500.000-Rp.1.500.000 sebesar 39 responden atau 39%, uang saku Rp.1.500.000-Rp.3000.000 sebesar 28 responden atau 28%, dan uang saku >Rp.3000.000 sebesar 7 responden atau 7%.

6. Tahun Angkatan

Tabel 4. 6 Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah/Frekuensi	Presentase
2018	54	54%
2019	23	23%
2020	19	19%
2021	3	3%
2022	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Dari table 4.6 menjelaskan jumlah responden yang telah melakukan pengisian kuesioner/angket penelitian berdasarkan Tahun Angkatan. Terdapat perbedaan angkatan diantaranya angkatan 2018 berjumlah 54 orang dengan persentase 54%, angkatan 2019 berjumlah 23 orang persentase 23%, angkatan 2020 berjumlah 19 orang dengan persentase 19%, angkatan 2021 berjumlah 3 orang dengan persentase 3% dan angkatan 2022 berjumlah 1 orang dengan persentase 1%.

7. Pengalaman Berdonasi Online

Tabel 4. 7 Pengalaman Berdonasi Online

Pengalaman	Jumlah/Frekuensi	Presentase
Pernah	80	80%
Belum Pernah	20	20%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Dari table 4.7 menjelaskan jumlah responden yang telah melakukan pengisian kuesioner/angket penelitian berdasarkan pengalaman donasi online. Terdapat perbedaan didominasi oleh responden yang pernah melakukan donasi online berjumlah 80 orang dengan persentase sebesar 80%. Sedangkan, yang belum pernah melakukan donasi online berjumlah 20 orang dengan persentase 20%.

A. Statistik Deskriptif

1. Moral Judgment

Moral Judgment menggambarkan 3 tingkatan tahapan penalaran moral/moral judgment diantaranya Prakonvensional, Konvensional dan Pascakonvensional. Berikut tanggapan responden yang ditunjukkan pada 4.8 yang masing-masing dibedakan lagi menjadi 2 tahap yang saling berkaitan

Tabel 4. 8 Moral Judgment

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya bersedekah untuk amalan di akhirat	72 72%	23 23%	4 4%	1 1%	0 0%

2	Saya takut hukuman yang diberikan oleh Allah SWT di akhirat bila tidak taat kepada-Nya	70 70%	28 28%	2 2%	0 0%	0 0%
3	Saya takut hukuman yang diberikan oleh Allah SWT di akhirat bila tidak taat kepada-Nya	44 44%	22 22%	18 18%	10 10%	6 6%
4	Pendapat orang terdekat mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan bersedekah	18 18%	34 34%	21 21%	15 15%	12 12%
5	Bagi saya pendapat orang terdekat itu tidak penting bila menyangkut sedekah	25 25%	28 28%	23 23%	17 17%	7 7%
6	Saya merasa tidak harus melakukan hal yang sama bila teman-teman bersedekah	20 20%	21 21%	26 26%	23 23%	10 10%
7	Saya memiliki prinsip bahwa saya harus bersedekah	53 53%	36 36%	10 10%	1 1%	0 0%
8	Bersedekah merupakan hak setiap orang	51 51%	31 31%	15 15%	2 2%	1 1%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Saya bersedekah untuk amalan di akhirat sebanyak 72 responden atau 72%.

2. Moral Elevation

Moral Elevation merupakan sebuah emosi positif yang timbul saat melakukan/melihat tindakan moral yang baik dan dapat memotivasi seseorang melakukan tindakan yang baik yang diantaranya sopan santun, kepedulian, kejujuran, mematuhi aturan dan tanggung jawab

Tabel 4. 9 Moral Elevation

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan mengucapkan “tolong” bila memerlukan bantuan	82 82%	16 16%	2 2%	0 0%	0 0%
2	Saya akan mengucapkan “terimakasih” bila telah diberi bantuan	86 86%	14 14%	0 0%	0 0%	0 0%
3	Ketika melihat orang lain sedang kesulitan, saya berusaha membantunya	67 67%	31 31%	2 2%	0 0%	0 0%
4	Saya akan memilih menyumbangkan uang melalui crowdfunding platform sebagai bentuk kepedulian	24 24%	31 31%	39 39%	6 6%	0 0%
5	Saya senantiasa berlaku jujur bila bersedekah	76 76%	23 23%	1 1%	0 0%	0 0%
6	Saya mematuhi aturan yang dilarang oleh agama	53 53%	26 26%	21 21%	0 0%	0 0%
7	Saya taat dalam perintah agama termasuk bersedekah	52 52%	36 36%	12 12%	0 0%	0 0%
8	Amalan bersedekah merupakan tanggung jawab saya sendiri	66 66%	32 32%	2 2%	0 0%	0 0%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Saya akan mengucapkan “terimakasih” bila telah diberi bantuan sebanyak 86 responden atau 86%.

3. Moral Identity

Moral Identity merupakan bagaimana individu melihat dirinya sendiri saat terjadi penentangan moralitas yang diantaranya dari internalisasi dan simbolisasi sebagai pengukuran.

Tabel 4. 10 Moral Identity

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya membantu orang lain hanya yang dikenal saja	7 7%	8 8%	23 23%	34 34%	28 28%
2	Saya ikhlas berdonasi kepada orang yang membutuhkan tanpa mengharapkan imbalan	58 58%	35 35%	6 6%	1 1%	0 0%
3	Saya memberitahu teman mengenai donasi yang saya lakukan	9 9%	6 6%	15 15%	31 31%	39 39%
4	Saya menyebarkan perbuatan donasi saya ke media sosial	5 5%	2 2%	12 12%	33 33%	48 48%
5	Saya melakukan donasi secara terang-terangan agar orang lain melihat	5 5%	3 3%	6 6%	36 36%	50 50%

Sumber: Data dioah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Saya melakukan donasi secara terang-terangan agar orang lain melihat sebanyak 50 responden atau 50%.

4. Minat Donasi

Minat donasi merupakan sebuah keinginan untuk mendonasikan dalam bentuk **material** maupun **nonmaterial** yang mencakup tertarik menggunakan crowdfunding *platform*, memiliki keinginan menggunakan *crowdfunding platform* di masa depan dan mencari informasi mengenai *crowdfunding platform*. sebagai pengukuran.

Tabel 4. 11 Minat Donasi

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa tertarik melakukan donasi online menggunakan <i>crowdfunding platform</i> .	41 41%	28 28%	22 22%	9 9%	0 0%
2.	Saya memiliki keinginan melakukan donasi online melalui <i>crowdfunding platform</i> di masa depan	39 39%	37 37%	18 18%	6 6%	0 0%
3.	Saya merasa puas berdonasi online melalui <i>crowdfunding platform</i>	35 35%	25 25%	32 32%	8 8%	0 0%
4.	Saya mencari informasi sebelum melakukan donasi online	41 41%	47 47%	8 8%	4 4%	0 0%

Sumber: Data dioah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menjawab pada pernyataan Saya mencari informasi sebelum melakukan donasi online sebanyak 47 responden atau 47%.

B. Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang dapat menunjukkan sah atau tidaknya tingkat kevalidan/keaslian suatu instrumen (kuesioner). Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila jika pertanyaan/pernyataan mampu mengungkapkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang diukur menggunakan SPSS 26. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil uji validitas data terhadap 30 responden:

Tabel 4. 12 Uji Validitas

No	Variabel	Kode Item	Loading Factor	Koefisien	Keterangan
1	Moral Judgment	X1.1	0.512	0.30	Valid
		X1.2	0.481	0.30	Valid
		X1.3	0.652	0.30	Valid
		X1.4	0.609	0.30	Valid
		X1.5	0.565	0.30	Valid
		X1.6	0.538	0.30	Valid
		X1.7	0.309	0.30	Valid
		X1.8	0.436	0.30	Valid
2	Moral Elevation	X2.1	0.488	0.30	Valid
		X2.2	0.487	0.30	Valid
		X2.3	0.603	0.30	Valid
		X2.4	0.622	0.30	Valid
		X2.5	0.659	0.30	Valid
		X2.6	0.701	0.30	Valid
		X2.7	0.840	0.30	Valid
		X2.8	0.632	0.30	Valid
3	Moral Identity	X3.1	0.671	0.30	Valid
		X3.2	0.378	0.30	Valid

		X3.3	0.823	0.30	Valid
		X3.4	0.790	0.30	Valid
		X3.5	0.805	0.30	Valid
4	Minat Donasi	X4.1	0.854	0.30	Valid
		X4.2	0.891	0.30	Valid
		X4.3	0.889	0.30	Valid
		X4.4	0.631	0.30	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan uji reliabilitas pada table 4.12 menggunakan korelasi pearson nilai uji R hitung yang menunjukkan > 0.30 dapat dikatakan Valid. Dapat disimpulkan bahwa uji R hitung pada variabel *moral judgement*, *moral elevation*, *moral identity* dan minat donasi adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui sejauh mana kuesioner tersebut apakah sudah reliabel atau tidak maka dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner. Variabel dikatakan reliabel apabila nilai menunjukkan Alpha Cronbach lebih dari 0,60.

Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha (<i>a</i>)	Koefisien Alpha	Keterangan
Moral Judgment	0,692	0,60	Reliabel
Moral Elevation	0.770	0,60	Reliabel
Moral Identity	0.732	0,60	Reliabel
Minat Donasi	0.840	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan uji reliabilitas pada table 4.13 tersebut dengan menggunakan uji Cronbach Alpha (α), menunjukkan bahwa variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel *moral judgement*, *moral elevation*, *moral identity* dan minat donasi adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. 14 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,49830348
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,071
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,054 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan uji Normalitas pada tabel 4.14 yang menggunakan metode *Kolmogorov, Smirnov* didapat hasil pengujian bahwa nilai signifikansi $0.054 > 0.050$. Sehingga dapat disimpulkan model regresi yang digunakan berdistribusi normal atau berasumsi normalitas.

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constan)		
	Moral Judgment	0.895	1.117
	Moral Elevation	0.981	1.020

	Moral Identity	0.912	1.097
--	----------------	-------	-------

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pada uji Multikolinieritas pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa hasil uji tersebut tidak terjadi adanya multikolinieritas. Pada nilai Tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10.00 menunjukkan bahwa variabel moral judgment, moral elevation dan moral identity memiliki nilai yang kecil sehingga asumsi Multikolinieritas tidak terjadi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 16 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Probilitas
Moral Judgment	0.523	0.05
Moral Elevation	0.378	0.05
Moral Identity	0.078	0.05

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan uji Heteroskedastisitas pada tabel 4.16 yang menggunakan uji *Glejser* didapatkan hasil nilai signifikansi pada tiga variabel yakni Moral Judgment, Moral Elevation dan Moral Identity tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansinya > 0.05 . Sehingga asumsi heteroskedastisitas tidak terjadi.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized B
1	(Constant)	-4.143
	MJ	.133

	ME	.499
	MI	-.150

Sumber: Data diolah, 2023

Dependent Variable MD

Berdasarkan tabel diatas dapat menjelaskan mengenai persamaan regresi yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = -4.143 + 0.133X_1 + 0.499X_2 - 0.150X_3$$

Sehingga kesimpulannya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai α sebesar -4.143 dengan tanda negatif menyatakan apabila nilai variabel Moral Judgment (X1), Moral elevation (X2) dan Moral Identity (X3) sama dengan 0, maka nilai tetap atau nilai awal Minat Donasi (Y) adalah -4.143. Jika nilai variabel independen mengalami perubahan maka variabel Y juga mengalami perubahan.
2. Nilai koefisien regresi MJ (X1) sebesar 0.133, menunjukkan bahwa variabel Moral Judgment berpengaruh positif terhadap minat donasi yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel MJ akan mempengaruhi minat donasi sebesar 0.133
3. Nilai koefisien regresi ME (X1) sebesar 0.499, menunjukkan bahwa variabel Moral Elevation berpengaruh positif terhadap minat donasi yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel ME akan mempengaruhi minat donasi sebesar 0.499
4. Nilai koefisien regresi MI (X1) sebesar -0.150, menunjukkan bahwa variabel Moral Identity berpengaruh negatif terhadap minat donasi yang

berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel MI akan mempengaruhi minat donasi sebesar -0.150.

b.

Uji t

Tabel 4. 18 Hasil Uji t

Variabel	Sign.	t Hitung	Keterangan
Moral Judgment	0.045	2.029	Signifikan
Moral Elevation	0.000	5.887	Signifikan
Moral Identity	0.040	-2.080	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji t didapatkan hasil sebagai berikut :

a. Pengaruh Moral Judgment terhadap Minat Donasi

Berdasarkan nilai t hitung pada variabel moral judgment (X1) sebesar 2.029 dengan tingkat signifikansinya yakni 0.045 ($p > 0.05$). Dengan demikian, hipotesis pertama diterima, variabel moral judgment secara parsial berpengaruh pada minat berdonasi. Hal ini sesuai dengan penelitian Amseke & Panis (2020) yang menyatakan bahwa perkembangan moral/moral judgment secara signifikan berpengaruh terhadap minat remaja dalam berdonasi/berderma, menolong berbagi, jujur dan kerjasama..

b. Pengaruh Moral Elevation terhadap Minat Donasi

Berdasarkan nilai t hitung pada variabel moral judgment (X1) sebesar 5.887 dengan tingkat signifikansinya yakni 0.000 ($p > 0.05$). Dengan demikian, hipotesis kedua diterima, variabel moral elevation secara parsial berpengaruh pada minat berdonasi. Hal ini sesuai dengan penelitian Barón et al (2018) yang menyatakan bahwa rasa empati pada

emosi positif akan memiliki niat untuk melakukan donasi sebagai bentuk kepedulian terhadap sesama.

- c. Pengaruh Moral Identity terhadap Minat Donasi
 Berdasarkan nilai t hitung pada variabel moral judgment (X1) sebesar -2.080 dengan tingkat signifikansinya yakni 0.040 ($p > 0.05$). Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima, variabel moral identity secara parsial berpengaruh pada minat berdonasi. Hal ini sesuai dengan penelitian (Rullo et al., 2021) menyatakan bahwa orang yang memiliki identitas moral akan memiliki keinginan menjadi orang yang lebih baik dengan menyumbangkan lebih banyak uang kepada organisasi amal.

c. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. 19 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	287,249	3	95,750	14,876	,000 ^b
	Residual	617,911	96	6,437		
	Total	905,160	99			
a. Dependent Variable: Minat Donasi						
b. Predictors: (Constant), Moral Identity, Moral Elevation, Moral Judgment						

Sumber: Data diolah, 2023

- a. Dependent Variable : Y
 b. Predictors (Constant), MJ, ME , MI

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan F hitung 14.876 dengan signifikansi nilai sebesar 0.000 ($p < 0.05$) yang berarti bahwa terdapat pengaruh dari variabel moral judgment (X1), moral elevation (X2) moral identity (X3) secara simultan terhadap minat donasi (Y).

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

1	,563 ^a	,317	,296	2,53704	1,817
a. Predictors: (Constant), Moral Identity, Moral Elevation, Moral Judgment					
b. Dependent Variable: Minat Donasi					

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.20 dipengaruhi nilai koefisien R square (R^2) sebesar 0.317 atau 31,7%. Sehingga kesimpulan adalah besarnya pengaruh variabel Moral Judgment, Moral Elevation dan Moral Identity terhadap Minat Donasi (Y) sebesar 31,7%. Sedangkan sisanya 68,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti situasional, keadaan emosional dan perbedaan individu.

C. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dijelaskan diatas maka Moral reasoning/Moral judgment/ Penalaran moral dapat dijadikan prediktor individu dalam membuat keputusan dalam tindakan moral yang terkait dengan perilaku prososial, termasuk perilaku donasi. yang sesuai dengan penelitian (Ongley et al., 2014). Tingginya penalaran moral berpengaruh pada tingginya perilaku prososial yang akan dilakukan individu. Hal ini berbanding terbalik apabila tingkat penalaran moral yang dimiliki individu rendah, maka kemungkinan perilaku prososial individu juga rendah (Lestari & Partini, 2015). Bila individu mengerti mana yang baik dan buruk untuk dilakukan maka individu sudah dimotivasi oleh nilai dan norma sosial yang baik, sehingga perkembangan moral individu tinggi dan mampu untuk mengambil keputusan dirinya (Amseke, 2020). Dalam penelitian ini moral judgment berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat donasi di crowdfunding. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amseke & Panis (2020) yang menyatakan bahwa perkembangan moral/*moral judgment* secara signifikan berpengaruh terhadap minat berdonasi/berderma atau berinfak menolong dan berbagi.

Individu yang menyumbang dengan tujuan amal mengalami peningkatan emosi positif, sehingga mempengaruhi potensi meningkatkan tindakan individu setelahnya yang didasari emosi positif (O'Neill, 2020). Emosi moral menunjukkan bahwa individu telah peka dan memahami perilaku prososial (Amseke, 2020). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *moral elevation* mengarah ke perilaku prososial (Paulus & Moore, 2017; Sabato & Kogut, 2019). Lalu dalam penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa *moral elevation* menyebabkan perilaku prososial, termasuk sumbangan amal (Aquino et al., 2011; O'Neill, 2020). Dalam penelitian ini *moral elevation* berpengaruh signifikan terhadap minat donasi di crowdfunding. Hal ini sesuai dengan penelitian Barón et al (2018) yang menyatakan bahwa rasa empati pada emosi positif akan memiliki niat untuk melakukan donasi sebagai bentuk kepedulian terhadap sesama.

Menurut Aquino & Americus, (2002) individu yang memiliki identitas moral memiliki internalisasi dan simbolisasi dalam dirinya sehingga akan melakukan tindakan prososial. Hertz dan Krettenauer (2016) dan Gotowiec, (2018) bahwa terdapat hubungan positif antara moral identity dengan perilaku prososial. Gotowiec juga mengatakan bahwa lingkungan berperan dalam meningkatkan moralitas seseorang sehingga individu akan bertindak prososial. Beberapa penelitian juga menyatakan bahwa individu yang ingin diakui oleh publik karena faktor simbolisasi dalam dirinya ingin diakui publik karena melakukan perbuatan seperti berdonasi (Winterich et al., 2013; Gotowiec et al, 2018). Dalam penelitian ini *moral identity* berpengaruh signifikan terhadap minat donasi di crowdfunding. Hal ini sesuai dengan penelitian Fanny Lalot (2021) menyatakan bahwa orang yang memiliki identitas moral akan memiliki keinginan menjadi orang yang lebih baik dengan menyumbangkan lebih banyak uang kepada organisasi amal.

Sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan variabel moral judgment, moral elevation dan moral identity berpengaruh signifikan

terhadap minat donasi pada crowdfunding. Hal ini sesuai dengan penelitian Ding et al.(2018).yang menyatakan bahwa *moral judgment*, *moral elevation* dan *moral identity* dapat memotivasi seseorang untuk melakukan sikap prososial seperti berdonasi atau menolong.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Moral Judgment memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap minat berdonasi online di Kitabisa.com sebagai salah satu platform crowdfunding. Dengan demikian, terdapat pertimbangan benar atau salah terlebih dahulu sebelum melakukan sesuatu yang berhubungan dengan masalah moral.
2. Moral elevation memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap minat berdonasi online di Kitabisa.com sebagai salah satu platform crowdfunding. Dengan demikian, terdapat suatu emosi positif setelah individu melakukan atau melihat perbuatan yang baik. Sehingga, terinspirasi untuk membantu orang lain serta peduli dengan kemanusiaan.
3. Moral Identity memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap minat berdonasi online di Kitabisa.com sebagai salah satu platform crowdfunding. Dengan demikian, terdapat faktor internalisasi dan simbolisasi saat akan melakukan perbuatan yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa individu melakukan donasi atas kemauan sendiri atau sebagai simbol telah berdonasi.
4. Moral Judgment, Moral Elevation dan Moral Identity secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berdonasi di Kitabisa.com sebagai salah satu platform crowdfunding.

B. SARAN

1. Bagi Platform Crowdfunding Kitabisa.com

Adapun saran yang penulis berikan kepada perusahaan kitabisa.com adalah lebih gencar lagi dalam memberikan sosialisasi kepada masyarakat agar lebih dikenal, sehingga

meningkatkan jumlah pengguna yang memberikan donasinya, perusahaan harus berupaya untuk memperbaiki system supaya mudah digunakan, salah satunya dengan menyederhanakan fitur. Perusahaan harus mampu meningkatkan integritas, transparansi data, akuntabilitas dana dan tingkat keamanan agar mengurangi risiko penggunaan serta menimbulkan kepercayaan dari masyarakat. Hal inilah yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan organisasi pengelola zakat di Indonesia mengenai platform crowdfunding.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun beberapa saran untuk peneliti selanjutnya yang tertarik dengan minat berdonasi online pengguna Kitabisa.com dapat memperhatikan hal-hal berikut ini :

- a. Diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sehingga dapat lebih menjelaskan minat pengguna Kitabisa.com dalam berdonasi online seperti perbedaan individu dan situasional.
- b. Diharapkan dapat menambahkan dan mengkaji beberapa sumber referensi jurnal ilmiah maupun buku terbaru

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-1](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-1)
- Amseke, F. V., & Panis, M. P. (2020). Peran Perkembangan Moral Terhadap Perilaku Prososial Remaja. *PSYCHE: Jurnal Psikologi*, 2(2), 103–115. <https://doi.org/10.36269/psyche.v2i2.210>
- Andersson, P. A., Erlandsson, A., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2020). Prosocial and moral behavior under decision reveal in a public environment. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 87(May), 101561. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2020.101561>
- Aquino, K., McFerran, B., & Laven, M. (2011). Moral Identity and the Experience of Moral Elevation in Response to Acts of Uncommon Goodness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(4), 703–718. <https://doi.org/10.1037/a0022540>
- Aridhona, J. (2018). Hubungan Perilaku Prososial dan Religiusitas dengan Moral pada Remaja. *Konselor*, 7(1), 9–19. <https://doi.org/10.24036/02018718376-0-00>
- Ar-Rofie, M. I., Kosim, A. M., & Sutisna, S. (2021). Efektivitas Strategi Fundraising sedekah berbasis sedekah online di ACT Cabang Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(3), 161–173. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i3.534>
- Atkins, P. W. B., Wilson, D. S., & Hayes, S. C. (2019). *Prosocial: Using evolutionary science to build productive, equitable, and collaborative groups*. Context Press/New Harbinger Publications.
- Azariya, I., Soesilo, T. D., & Setyorini, S. (2020). Hubungan Antara Perkembangan Moral Dengan Perilaku Prososial Siswa Kelas X Rekayasa Perangkat Lunak Smk Negeri 1 Tenganan. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Ar-Rahman*, 6(1), 68. <https://doi.org/10.31602/jbkr.v6i1.2714>
- Baron, R.A. dan Byrne, D. (2005). Psikologi sosial. Edisi kesepuluh: jilid 2. Jakarta: Erlangga.

- Barón, M. J. O., Bilbao, I. E., Urquijo, P. A., López, S. C., & Jimeno, A. P. (2018). Moral emotions associated with prosocial and antisocial behavior in school-aged children. *Psicothema*, 30(1), 82–88. <https://doi.org/10.7334/psicothema2016.143>
- Brestovanský, M., Sádovská, A., Kusý, P., & Martincová, R. (2022). *Development of Prosocial Moral Reasoning in Young Adolescents and Its Relation to Prosocial Behavior and Meaningfulness of Life: Longitudinal Study*. 64(3), 295–312.
- Buerhan Saiti, E. Y. (2019). Islamic Crowdfunding: Fundamentals, Developments and Challenges. *The Islamic Quarterly*, 472
- Ding, W., Shao, Y., Sun, B., Xie, R., Li, W., & Wang, X. (2018). *How can prosocial behavior be motivated? The different roles of moral judgment, moral elevation, and moral identity among the young Chinese*. *Frontiers in Psychology*, 9(MAY), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00814>
- Eisenberg, N., & Mussen, P. H. (1989). *The roots of prosocial behavior in children*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rullo, M., Lalot, F., & Hearing, M.S (in press). Moral Identity, moral self-efficacy, and moral elevation: A sequential mediation model predicting moral intentions and behavior. *The Journal of Positive Psychology*. Fanny Lalot.(2021). 1–42. <https://doi.org/10.1080/17439760.2021.1871942>.
- Gotowiec, S., Mastrigt, S. Van, & Van, S. (2018). Having versus doing: the roles of moral identity internalization and symbolization for prosocial behaviors. *The journal of social psychology*, 0(0). <https://doi.org/10.1080/00224545.2018.1454394>
- Guo, Y. (2017). The Influence of Social Support on the Prosocial Behavior of College Students: The Mediating Effect based on Interpersonal Trust. *English Language Teaching*, 10(12), 158. <https://doi.org/10.5539/elt.v10n12p158>
- Hertz, S. G., & Krettenauer, T. (2016). Does moral identity effectively predict moral behavior?: A meta-analysis. *Review of General Psychology*, 20(2), 129–140. <https://doi.org/10.1037/gpr0000062>
- Hoque, N., Hasmat Ali, M., Arefeen, S., Masrurul Mowla, M., & Mamun, A. (2018). Use of Crowdfunding for Developing Social Enterprises: An Islamic Approach. *International Journal of Business and Management*, 13(6), 156. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n6p156>

- Istiana, I., & Hasibuan, N. W. R. (2021). Hubungan Antara Perkembangan Moral dengan Perilaku Prososial Pada Remaja di Perguruan Ki Hajar Dewantara Kotapinang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 1389–1393. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.571>
- Kaur, H, Singh, A, Kaur, S. (2019). *Empathy and Moral Identity as Predictors of Peer Support Volunteerism for Preventing Farmer Suicide in Punjab. The International Journal of Indian Psychology*. 7(2), 376-404
- Karaben, G. A., & Kustanti, E. R. (2020). Hubungan antara regulasi emosi dengan perilaku prososial guru di slb negeri semarang. *Jurnal Empati*, 9(4), 294–299.
- Kohlberg, Lawrence. Tahap-Tahap Perkembangan Moral. Yogyakarta: Kanisius, 1994.
- Leko, D. D. N., Saragih, S., & Ariyanto, E. A. (2020). Perilaku Prososial Pada Remaja Ditinjau Dari Penalaran Moral Dan Tanggung Jawab. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(1). <http://repository.untag-sby.ac.id/4273/>
- Lestari, D., & Partini. (2015). Hubungan antara penalaran moral dengan Kecenderungan perilaku delinkuen. *Jurnal Indigenous*, 13(2), 41–46. [https://edoc.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/25109/96231029 Gita Diniati Hasim.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://edoc.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/25109/96231029%20Gita%20Diniati%20Hasim.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Majid, F., & Rizqulloh, N. (2023). Naskah Mursada: Representasi Tolong-Menolong Mursada dan Hubungannya dengan Pendidikan Karakter Peduli Sosial. *PEKERJAAN (Jurnal Online Baradha)*, 19 (1), 240-257. <https://doi.org/10.26740/job.v19n1.p240-257>
- Malti, T., & Krettenauer, T. (2013). The Relation of Moral Emotion Attributions to Prosocial and Antisocial Behavior: A Meta-Analysis. *Child Development*, 84(2), 397–412. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2012.01851.x>
- Nurul Zuriah, Pendidikan Moral dan Budi Pekerti Dalam Perspektif Perubahan, (Jakarta: Bumi aksara, 2007), hal. 17
- Nelly, R., Harianto, H., Abd.Majid, M. S., Marliyah, M., & Handayani, R. (2022). Studi Empiris Perkembangan Crowdfunding Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1283–1297. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.926>

- O'Neill, D. (2020). Effects of Motivation for Prosocial Spending on Subsequent Positive Affect. *Graduate Department of Psychology University of Toronto*
©, 1–23.
- Ongley, S. F., Nola, M., & Malti, T. (2014). Children's giving: Moral reasoning and moral emotions in the development of donation behaviors. *Frontiers in Psychology*, 5(MAY). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.00458>
- Patrick, R. B., Bodine, A. J., Gibbs, J. C., & Basinger, K. S. (2018). What Accounts for Prosocial Behavior? Roles of Moral Identity, Moral Judgment, and Self-Efficacy Beliefs. *Journal of Genetic Psychology*, 179(5), 231–245. <https://doi.org/10.1080/00221325.2018.1491472>
- Paulus, M., & Moore, C. (2017). Preschoolers' generosity increases with understanding of the affective benefits of sharing. *Developmental Science*, 20(3), 1–9. <https://doi.org/10.1111/desc.12417>
- Rullo, M., Lalot, F., & Heering, M. S. (2021). Moral identity, moral self-efficacy, and moral elevation: A sequential mediation model predicting moral intentions and behaviour. *The Journal of Positive Psychology*, 17(4), 545–560. <https://doi.org/10.1080/17439760.2021.1871942>
- Santrock, Jhon W. *Perkembangan Anak: Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Septiana, E., Hakim, I. M., & Kunci, K. (2021). *Identitas Moral sebagai Moderator Pengaruh antara Moral Disengagement dengan Kecurangan Moral Identity as Moderator of The Effect between Moral Disengagement and Dishonest Behavior*. 9(2).
- Sabato, H., & Kogut, T. (2019). Feel good, do good? Subjective well-being and sharing behavior among children. *Journal of Experimental Child Psychology*, 177, 335–350. <https://doi.org/10.1016/j.jecp.2018.08.009>
- Schnall, S., Roper, J., & Fessler, D. M. T. (2010). Elevation leads to altruistic behavior. *Psychological Science*, 21(3), 315–320. <https://doi.org/10.1177/0956797609359882>
- Shadiqi, M. A., & Mangkurat, U. L. (2018). *t f a o r b u c. December*.
Saiti, B., Musito, M. H., & Yucel, E. (2018). Islamic Crowdfunding:
Sosial, K. P. (2023). *JOB 19 (1) (2023) JOB: (JURNAL ONLINE BARADHA) (E JOURNAL)* <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/baradha>. 19(1), 240–257.
Fundamentals, Developments and Challenges. *Islamic Quarterly*, 62(3), 469–485. <https://www.researchgate.net/publication/331408070%0AIslamic> Syarafah, P. G., & Wulandari, P. Y. (2022). Dinamika Penalaran Moral Remaja yang Tergabung dalam Geng Pelajar yang Melakukan Perilaku Prosocial. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 2(1), 88–97.

<https://doi.org/10.20473/brpkm.v2i1.31962>

- Winterich, K. P., Aquino, K., Mittal, V., & Swartz, R. (2013). When moral identity symbolization motivates prosocial behavior: The role of recognition and moral identity internalization. *Journal of Applied Psychology*, 98(5), 759–770. <https://doi.org/10.1037/a0033177>
- Sosial, K. P. (2023). *JOB 19 (1) (2023) JOB: (JURNAL ONLINE BARADHA) (E JOURNAL)* <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/baradha>. 19(1), 240–257.

LAMPIRAN

DAFTAR PERNYATAAN

Moral Judgment (Kohlberg, 1994)						
Pra Konvensional						
No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Saya bersedekah untuk amalan di akhirat					
2.	Saya takut hukuman yang diberikan oleh Allah SWT di akhirat bila tidak taat kepada-Nya					
Konvensional						
3.	Saya bersedekah karena pengaruh dari orang tua					
4.	Pendapat orang terdekat mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan bersedekah					
5.	Bagi saya pendapat orang terdekat itu tidak penting bila menyangkut sedekah					
6.	Saya merasa tidak harus melakukan hal yang sama bila teman-teman bersedekah					
Pasca Konvensional						
7.	Saya memiliki prinsip bahwa saya harus bersedekah					
8.	Bersedekah merupakan hak setiap orang					

Moral Elevation (Novayanty, 2021)
--

Sopan Santun						
No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya akan mengucapkan “tolong” bila memerlukan bantuan					
2	Saya akan mengucapkan “terimakasih” bila telah diberi bantuan					
Kepedulian						
3	Ketika melihat orang lain sedang kesulitan, saya berusaha membantunya					
4	Saya akan memilih menyumbangkan uang melalui crowdfunding platform sebagai bentuk kepedulian					
Kejujuran						
5	Saya senantiasa berlaku jujur bila bersedekah					
Mematuhi Aturan						
6	Saya mematuhi aturan yang dilarang oleh agama					
7	Saya taat dalam perintah agama termasuk bersedekah					
Tanggung Jawab						
8	Amalan bersedekah merupakan tanggung jawab saya sendiri					

Moral Identity (Winterich et al, 2013)

Internalization						
No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya membantu orang lain hanya yang dikenal saja					
2	Saya ikhlas berdonasi kepada orang yang membutuhkan tanpa mengharapkan imbalan					
Symbolization						
3	Saya memberitahu teman mengenai donasi yang saya lakukan					
4	Saya menyebarkan perbuatan donasi saya ke media social					
5	Saya melakukan donasi secara terang-terangan agar orang lain melihat					

Minat Donasi (Priambodo & Prabawani, 2016)						
Tertarik Menggunakan Crowdfunding Platform						
No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa tertarik melakukan donasi online menggunakan <i>crowdfunding platform</i> .					
Memiliki keinginan menggunakan Crowdfunding Platform di masa depan						
2	Saya memiliki keinginan melakukan donasi online melalui <i>crowdfunding platform</i> di masa depan					

3	Saya merasa puas berdonasi online melalui <i>crowdfunding platform</i>					
Mencari informasi <i>crowdfunding platform</i>						
4	Saya mencari informasi sebelum melakukan donasi online					

DISTRIBUSI FREKUENSI

Frequency Table

x1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Netral	4	4,0	4,0	5,0
Setuju	23	23,0	23,0	28,0
Sangat Setuju	72	72,0	72,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	2	2,0	2,0	2,0
Setuju	28	28,0	28,0	30,0
Sangat Setuju	70	70,0	70,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	6	6,0	6,0	6,0
Tidak Setuju	10	10,0	10,0	16,0
Netral	18	18,0	18,0	34,0
Setuju	22	22,0	22,0	56,0
Sangat Setuju	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	12	12,0	12,0	12,0
Tidak Setuju	15	15,0	15,0	27,0
Netral	21	21,0	21,0	48,0
Setuju	34	34,0	34,0	82,0
Sangat Setuju	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	7	7,0	7,0	7,0
Tidak Setuju	17	17,0	17,0	24,0
Netral	23	23,0	23,0	47,0
Setuju	28	28,0	28,0	75,0
Sangat Setuju	25	25,0	25,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	10,0	10,0	10,0
	Tidak Setuju	23	23,0	23,0	33,0
	Netral	26	26,0	26,0	59,0
	Setuju	21	21,0	21,0	80,0
	Sangat Setuju	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

x1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Netral	10	10,0	10,0	11,0
	Setuju	36	36,0	36,0	47,0
	Sangat Setuju	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

x1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	3,0
	Netral	15	15,0	15,0	18,0
	Setuju	31	31,0	31,0	49,0
	Sangat Setuju	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	2,0	2,0	2,0
	Setuju	16	16,0	16,0	18,0
	Sangat Setuju	82	82,0	82,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	14	14,0	14,0	14,0
	Sangat Setuju	86	86,0	86,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

x2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	2,0	2,0	2,0
	Setuju	31	31,0	31,0	33,0
	Sangat Setuju	67	67,0	67,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

x2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	6	6,0	6,0	6,0
Netral	39	39,0	39,0	45,0
Setuju	31	31,0	31,0	76,0
Sangat Setuju	24	24,0	24,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	1	1,0	1,0	1,0
Setuju	23	23,0	23,0	24,0
Sangat Setuju	76	76,0	76,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	21	21,0	21,0	21,0
Setuju	26	26,0	26,0	47,0
Sangat Setuju	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x2.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	12	12,0	12,0	12,0
Setuju	36	36,0	36,0	48,0
Sangat Setuju	52	52,0	52,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x2.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	2	2,0	2,0	2,0
Setuju	32	32,0	32,0	34,0
Sangat Setuju	66	66,0	66,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

x3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	28	28,0	28,0	28,0
	Tidak Setuju	34	34,0	34,0	62,0
	Netral	23	23,0	23,0	85,0
	Setuju	8	8,0	8,0	93,0
	Sangat Setuju	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

x3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Netral	6	6,0	6,0	7,0
	Setuju	35	35,0	35,0	42,0
	Sangat Setuju	58	58,0	58,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

x3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	39	39,0	39,0	39,0
	Tidak Setuju	31	31,0	31,0	70,0
	Netral	15	15,0	15,0	85,0
	Setuju	6	6,0	6,0	91,0
	Sangat Setuju	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

x3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	48	48,0	48,0	48,0
	Tidak Setuju	33	33,0	33,0	81,0
	Netral	12	12,0	12,0	93,0
	Setuju	2	2,0	2,0	95,0
	Sangat Setuju	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

x3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	50	50,0	50,0	50,0
	Tidak Setuju	36	36,0	36,0	86,0
	Netral	6	6,0	6,0	92,0
	Setuju	3	3,0	3,0	95,0
	Sangat Setuju	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	9,0	9,0	9,0
	Netral	22	22,0	22,0	31,0
	Setuju	28	28,0	28,0	59,0
	Sangat Setuju	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6,0	6,0	6,0
	Netral	18	18,0	18,0	24,0
	Setuju	37	37,0	37,0	61,0
	Sangat Setuju	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8,0	8,0	8,0
	Netral	32	32,0	32,0	40,0
	Setuju	25	25,0	25,0	65,0
	Sangat Setuju	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Netral	8	8,0	8,0	12,0
	Setuju	47	47,0	47,0	59,0
	Sangat Setuju	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

VALIDITAS Correlations

		Correlations								
		Moral Judgment	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8
Moral Judgment	Pearson Correlation	1	,512**	,481**	,652**	,609**	,565**	,538**	,309**	,436**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.1	Pearson Correlation	,512**	1	,428**	,212*	,099	,189	,158	,419**	,189
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,034	,327	,060	,116	,000	,059
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	,481**	,428**	1	,335**	,248*	,209*	-,066	,115	,257**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,013	,037	,515	,256	,010
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	,652**	,212*	,335**	1	,572**	,102	,128	-,012	,153
	Sig. (2-tailed)	,000	,034	,001		,000	,311	,205	,904	,127
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	,609**	,099	,248*	,572**	1	,151	,109	-,041	,055
	Sig. (2-tailed)	,000	,327	,013	,000		,134	,281	,682	,586
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.5	Pearson Correlation	,565**	,189	,209*	,102	,151	1	,337**	,089	,069
	Sig. (2-tailed)	,000	,060	,037	,311	,134		,001	,380	,492
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.6	Pearson Correlation	,538**	,158	-,066	,128	,109	,337**	1	,040	,162
	Sig. (2-tailed)	,000	,116	,515	,205	,281	,001		,691	,107
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.7	Pearson Correlation	,309**	,419**	,115	-,012	-,041	,089	,040	1	,182
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,256	,904	,682	,380	,691		,071
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.8	Pearson Correlation	,436**	,189	,257**	,153	,055	,069	,162	,182	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,059	,010	,127	,586	,492	,107	,071	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		Correlations								
		Moral Elevation	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8
Moral Elevation	Pearson Correlation	1	,488**	,487**	,603**	,622**	,659**	,701**	,840**	,632**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.1	Pearson Correlation	,488**	1	,657**	,303**	,165	,196	,095	,226*	,335**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,002	,100	,050	,346	,024	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	,487**	,657**	1	,284**	,072	,348**	,126	,233*	,386**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,004	,479	,000	,213	,020	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	,603**	,303**	,284**	1	,164	,393**	,441**	,419**	,201*
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,004		,104	,000	,000	,000	,045
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.4	Pearson Correlation	,622**	,165	,072	,164	1	,301**	,275**	,401**	,329**
	Sig. (2-tailed)	,000	,100	,479	,104		,002	,006	,000	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.5	Pearson Correlation	,659**	,196	,348**	,393**	,301**	1	,302**	,570**	,422**
	Sig. (2-tailed)	,000	,050	,000	,000	,002		,002	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.6	Pearson Correlation	,701**	,095	,126	,441**	,275**	,302**	1	,727**	,229*
	Sig. (2-tailed)	,000	,346	,213	,000	,006	,002		,000	,022
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.7	Pearson Correlation	,840**	,226*	,233*	,419**	,401**	,570**	,727**	1	,483**
	Sig. (2-tailed)	,000	,024	,020	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.8	Pearson Correlation	,632**	,335**	,386**	,201*	,329**	,422**	,229*	,483**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,045	,001	,000	,022	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		Correlations					
		Moral Identity	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5
Moral Identity	Pearson Correlation	1	,671**	,278**	,823**	,790**	,805**
	Sig. (2-tailed)		,000	,005	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
x3.1	Pearson Correlation	,671**	1	,041	,372**	,388**	,383**
	Sig. (2-tailed)	,000		,688	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
x3.2	Pearson Correlation	,278**	,041	1	,064	,073	,114
	Sig. (2-tailed)	,005	,688		,524	,473	,259
	N	100	100	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	,823**	,372**	,064	1	,606**	,635**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,524		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
x3.4	Pearson Correlation	,790**	,388**	,073	,606**	1	,570**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,473	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
x3.5	Pearson Correlation	,805**	,383**	,114	,635**	,570**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,259	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Correlations				
		Minat Donasi	y1	y2	y3	y4
Minat Donasi	Pearson Correlation	1	,854**	,891**	,889**	,631**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
y1	Pearson Correlation	,854**	1	,740**	,664**	,338**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001
	N	100	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	,891**	,740**	1	,760**	,390**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
y3	Pearson Correlation	,889**	,664**	,760**	1	,453**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
y4	Pearson Correlation	,631**	,338**	,390**	,453**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

RELIABILITAS

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,692	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x1.1	4,6600	,60670	100
x1.2	4,6800	,51010	100
x1.3	3,8800	1,24948	100
x1.4	3,3100	1,26886	100
x1.5	3,4700	1,23464	100
x1.6	3,1800	1,27430	100
x1.7	4,4100	,71202	100
x1.8	4,2900	,86801	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	27,2200	14,820	,391	,549
x1.2	27,2000	15,253	,377	,559
x1.3	28,0000	11,859	,418	,513
x1.4	28,5700	12,248	,356	,538
x1.5	28,4100	12,790	,306	,557
x1.6	28,7000	12,980	,263	,575
x1.7	27,4700	15,706	,142	,595
x1.8	27,5900	14,648	,243	,573

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
31,8800	17,016	4,12502	8

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,770	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x2.1	4,8000	,44947	100
x2.2	4,8600	,34874	100
x2.3	4,6500	,51981	100
x2.4	3,7300	,89730	100
x2.5	4,7500	,45782	100
x2.6	4,3200	,80252	100
x2.7	4,4000	,69631	100
x2.8	4,6400	,52262	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	31,3500	8,109	,363	,763
x2.2	31,2900	8,329	,392	,762
x2.3	31,5000	7,606	,476	,746
x2.4	32,4200	6,650	,386	,780
x2.5	31,4000	7,616	,560	,738
x2.6	31,8300	6,466	,522	,740
x2.7	31,7500	6,169	,748	,689
x2.8	31,5100	7,505	,511	,741

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36,1500	9,240	3,03972	8

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,732	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x3.1	2,3200	1,17103	100
x3.2	4,4900	,70345	100
x3.3	2,1500	1,25831	100
x3.4	1,8300	1,05462	100
x3.5	1,7700	1,04306	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.1	10,2400	9,194	,430	,713
x3.2	8,0700	12,672	,091	,791
x3.3	10,4100	7,557	,648	,616
x3.4	10,7300	8,583	,636	,628
x3.5	10,7900	8,511	,661	,619

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12,5600	13,623	3,69088	5

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,840	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
y1	4,0100	,99995	100
y2	4,0900	,90000	100
y3	3,8700	,99143	100
y4	4,2500	,77035	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	12,2100	4,976	,710	,781
y2	12,1300	5,104	,794	,743
y3	12,3500	4,795	,775	,748
y4	11,9700	6,797	,436	,884

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,2200	9,143	3,02374	4

NORMALITAS KORMOGOROV SMIRNOV

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Unstandardized Residual	100	,0000000	2,49830348	-8,21132	5,96067

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,49830348
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,071
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,054 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

UJI GLESJER

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
abs	1,9700	1,52366	100
Moral Judgment	31,8800	4,12502	100
Moral Elevation	36,1500	3,03972	100
Moral Identity	12,5600	3,69088	100

Correlations

		abs	Moral Judgment	Moral Elevation	Moral Identity
Pearson Correlation	abs	1,000	,010	,086	,202
	Moral Judgment	,010	1,000	,138	,297
	Moral Elevation	,086	,138	1,000	,031
	Moral Identity	,202	,297	,031	1,000
Sig. (1-tailed)	abs	.	,461	,196	,022
	Moral Judgment	,461	.	,085	,001
	Moral Elevation	,196	,085	.	,379
	Moral Identity	,022	,001	,379	.
N	abs	100	100	100	100
	Moral Judgment	100	100	100	100
	Moral Elevation	100	100	100	100
	Moral Identity	100	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Moral Identity, Moral Elevation, Moral Judgment ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: abs

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,226 ^a	,051	,021	1,50721	1,954

a. Predictors: (Constant), Moral Identity, Moral Elevation, Moral Judgment

b. Dependent Variable: abs

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,750	3	3,917	1,724	,167 ^b
	Residual	218,082	96	2,272		
	Total	229,833	99			

a. Dependent Variable: abs

b. Predictors: (Constant), Moral Identity, Moral Elevation, Moral Judgment

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,017	2,042		,008	,993		
Moral Judgment	-,025	,039	-,067	-,641	,523	,895	1,117
Moral Elevation	,045	,050	,089	,886	,378	,981	1,020
Moral Identity	,090	,043	,219	1,101	,078	,912	1,097

a. Dependent Variable: abs

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1,0336	3,0093	1,9700	,34451	100
Residual	-2,08743	5,63225	,00000	1,48420	100
Std. Predicted Value	-2,718	3,017	,000	1,000	100
Std. Residual	-1,385	3,737	,000	,985	100

a. Dependent Variable: abs

REGRESI LINEAR BERGANDA

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat Donasi	16,2200	3,02374	100
Moral Judgment	31,8800	4,12502	100
Moral Elevation	36,1500	3,03972	100
Moral Identity	12,5600	3,69088	100

Correlations

		Minat Donasi	Moral Judgment	Moral Elevation	Moral Identity
Pearson Correlation	Minat Donasi	1,000	,196	,521	-,114
	Moral Judgment	,196	1,000	,138	,297
	Moral Elevation	,521	,138	1,000	,031
	Moral Identity	-,114	,297	,031	1,000
Sig. (1-tailed)	Minat Donasi	.	,026	,000	,129
	Moral Judgment	,026	.	,085	,001
	Moral Elevation	,000	,085	.	,379
	Moral Identity	,129	,001	,379	.
N	Minat Donasi	100	100	100	100
	Moral Judgment	100	100	100	100
	Moral Elevation	100	100	100	100
	Moral Identity	100	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Moral Identity, Moral Elevation, Moral Judgment ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Donasi

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,563 ^a	,317	,296	2,53704	1,817

a. Predictors: (Constant), Moral Identity, Moral Elevation, Moral Judgment

b. Dependent Variable: Minat Donasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	287,249	3	95,750	14,876	,000 ^b
	Residual	617,911	96	6,437		
	Total	905,160	99			

a. Dependent Variable: Minat Donasi

b. Predictors: (Constant), Moral Identity, Moral Elevation, Moral Judgment

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4,143	3,438		-1,205	,231		
	Moral Judgment	,133	,065	,181	2,029	,045	,895	1,117
	Moral Elevation	,499	,085	,501	5,887	,000	,981	1,020
	Moral Identity	-,150	,072	-,184	-2,080	,040	,912	1,097

a. Dependent Variable: Minat Donasi

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Moral Judgment	Moral Elevation	Moral Identity
1	1	3,929	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,057	8,319	,01	,01	,01	,95
	3	,011	19,052	,04	,93	,14	,05
	4	,003	34,475	,95	,05	,85	,00

a. Dependent Variable: Minat Donasi

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11,9058	18,9565	16,2200	1,70338	100
Residual	-8,21132	5,96067	,00000	2,49830	100
Std. Predicted Value	-2,533	1,607	,000	1,000	100
Std. Residual	-3,237	2,349	,000	,985	100

a. Dependent Variable: Minat Donasi

Charts

