

Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Berdonasi melalui Financial Technology Crowdfunding Platform di JABODETABEK

Nabila Dewi Oktaviona¹, Mariah,²

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Dan Ilmu Komputer ESQ

email: n.dewi.o@students.esqbs.ac.id¹, mariah@esqbs.ac.id²

Article History

Received: 24/07/2023

Revised: 25/07/2023

Accepted: 26/07/2023

Keywords: Trust, Security, Decision

Abstract: This study aims to determine the effect of Trust and Security on the decision to donate through a financial technology crowdfunding platform. This type of research is quantitative research. The data collection method used in this study was to distribute questionnaires. For sampling using the technique of Probability Sampling with Simple Random Sampling technique. The sample is 96 people. The criteria for this research respondent are domiciled in JABODETABEK and have made a decision to donate through a crowdfunding platform in Indonesia at least once. The results of this study state that the percentage influence of trust (X1) and security (X2) simultaneously has a significant effect on the decision to donate (Y).

PENDAHULUAN

Saat ini, adanya akses internet yang tidak terbatas menjadi salah satu faktor yang mendukung kegiatan penggalangan dana dalam hal mempercepat penyebaran informasi mengenai aktivitas sosial yang sedang dilakukan. Akses internet juga digunakan sebagai sarana dalam penggalangan dana untuk mendukung suatu proyek atau pemberian jasa pada pihak yang membutuhkan. Kegiatan penggalangan dana ini disebut dengan crowdfunding. Crowdfunding merupakan salah satu penggalangan dana yang digunakan untuk kegiatan sosial (Adiansah et al., 2016). Sebenarnya tidak hanya untuk kegiatan sosial saja tetapi crowdfunding juga dapat menjadi sumber pendanaan alternatif bagi wirausahawan yang mencari pembiayaan eksternal. Asal mula hadirnya Crowdfunding di Indonesia diawali dari kesadaran sosial masyarakat Indonesia untuk terlepas dari ketergantungan pembiayaan yang biasanya lebih dominan berbasis asing (Linardi & Nur, 2021).

Kesadaran ini dapat dilihat dari maraknya situs (platform) Crowdfunding yang mulai bermunculan dan berdampak positif bagi masyarakat Indonesia. Negara Indonesia merupakan negara dengan tingkat peduli terhadap sesama tertinggi di dunia. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh (world giving, 2018) dalam laporan tahunannya yang berjudul "CAF World Giving Index 2018: A Global View of Giving Trends", Indonesia dinobatkan sebagai negara terdermawan nomor 1 dari 144 negara di dunia dengan skor sebesar 69% (Linardi & Nur, 2021). Indonesia menempati 2 peringkat teratas dari 3 kategori atau indikator yang menjadi ukuran WGI, yakni menyumbang pada orang asing/tidak dikenal, menyumbang uang, dan kegiatan

kerelawanan/volunteer (Martiani, 2021). Munculnya berbagai resiko transaksi fintech pada platform crowdfunding membuat konsumen enggan untuk menggunakan aplikasi tersebut. Para donatur khawatir dana tidak sampai target yang dituju, terutama jika lembaga penggalangan dana menyalahgunakannya. Oleh karena itu, lembaga penggalangan dana harus memperkuat diri dengan membangun kepercayaan para donatur. Faktor kepercayaan memainkan peran penting dalam berbagai sosial dan transaksi ekonomi, seperti crowdfunding yang melibatkan ketidakpastian dan ketergantungan (Linardi & Nur, 2021).

Pengguna tentu diharuskan untuk memasukkan data pribadi ke dalam sistem informasi untuk dapat menggunakan fasilitas yang ada pada aplikasi tersebut, hal ini memungkinkan adanya penyalahgunaan informasi yang diberikan konsumen (Irawan & Affan, 2020). Selain kekhawatiran mengenai data pribadi akan bocor, informasi mengenai dana akan disalurkan kemana, dana yang sudah terkumpul ada berapa banyak dan apakah dana tersebut benar – benar telah disalurkan atau tidak (transparansi) itu sangatlah diperlukan, hal tersebut tentunya dapat menunjang kepercayaan, minat atau sekaligus dapat menciptakan suatu keputusan penyaluran dana pada situs tersebut (Taufik Hidayat, 2011).

Keamanan juga merupakan aspek penting yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta tingkat kepercayaan terhadap sebuah transaksi yang dilakukan secara online. Tentunya kita sebagai donatur maupun calon donatur juga mengharapkan keamanan yang baik terhadap dana yang sudah dikumpulkan agar tersalurkan sebagaimana mestinya. Faktor lainnya selain persepsi keamanan adalah kepercayaan. Kepercayaan sangat berkaitan erat dengan keamanan. Karena dengan adanya keamanan yang baik membuat seseorang percaya atau pun yakin untuk melakukan sebuah transaksi. Kepercayaan seseorang atas merek merupakan bagian yang penting juga untuk sebuah perusahaan (Sinaga et al., 2020). Kepercayaan seseorang yang baik terhadap sebuah platform tentu akan mempengaruhi donatur maupun calon donatur dalam menggunakan jasa crowdfunding pada platform tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di DKI Jakarta dengan jangka waktu selama 3 bulan, yaitu bulan September sampai bulan Desember pada tahun 2022. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form yang disebarakan kepada responden yang pernah melakukan keputusan berdonasi melalui fintech crowdfunding platform yang ada di Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada bulan September sampai dengan Desember 2022.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian Kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Populasi yang diambil pada penelitian adalah seseorang yang berdomisili di Jabodetabek, pernah menggunakan dan melakukan sebuah keputusan berdonasi melalui fintech crowdfunding platform minimal sebanyak satu kali. Untuk pengambilan sampel menggunakan teknik Probability Sampling. Metode pengumpulan sampel pada penelitian ini yaitu dengan metode Simple Random Sampling. Teknik yang menjadi pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengelolaan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Analisis Linear Berganda

<i>Coefficients</i>	
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>
	B
<i>constant</i>	1,743
Kepercayaan	0,621
Keamanan	0,278

a. Dependen Variabel: Keputusan Berdonasi

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$\text{Keputusan Berdonasi} = 1,743 + 0,621 (\text{Kepercayaan}) + 0,278 (\text{Keamanan})$$

- a. Konstanta yang didapat sebesar 1,743. Artinya jika Kepercayaan (X1) dan Keamanan (X2) nilainya 0, maka Keputusan berdonasi (Y) memiliki nilai sebesar 1,743.
- b. Koefisien regresi variabel kepercayaan (X1) sebesar 0,621. Artinya jika kepercayaan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka Keputusan berdonasi (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,621 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- c. Koefisien regresi variabel Keamanan (X2) sebesar 0,278. Artinya jika keamanan (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka Keputusan berdonasi (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,278 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

<i>Model Summary</i>	
<i>Model</i>	<i>Adjust R Square</i>
1	0,759

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan diatas hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R2 (Adjusted R Square) sebesar 0,759 atau 75,9%. Hal ini menunjukkan persentase pengaruh variabel independen kepercayaan dan keamanan terhadap variabel dependen keputusan berdonasi sebesar 75,9% sedangkan sisanya 24,1% dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tabel 3 Hasil Uji T

<i>Coefficients</i>				
Model	Nilai t Hitung	Sig.	Nilai t Tabel	Keterangan
Kepercayaan	7,001	0,00	1,661	Berpengaruh Signifikan
Keamanan	2,590	0,00	1,661	

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil uji t, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel kepercayaan (X1) menunjukkan t hitung sebesar 7,001. Yang artinya bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel} = 7,001 > 1,661$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,1$. Hasil ini menyatakan bahwa variabel kepercayaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi (Y). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Variabel keamanan (X2) menunjukkan t hitung sebesar 2,590. Yang artinya bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel} = 2,590 > 1,661$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,1$. Hasil ini menyatakan bahwa variabel keamanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi (Y). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.
- c.

Tabel 4 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	795.649	2	397.825	150.208	.000 ^b
	<i>Residual</i>	246.309	93	2.648		
	<i>Total</i>	1041.958	95			

a. *Dependent Variable:* Keputusan Berdonasi

b. *Predictors:* (Constant), Keamanan, Kepercayaan

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 150,208. Artinya $F \text{ hitung} > F \text{ tabel} = 150,208 > 2,36$. Hal ini menjelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen yaitu Kepercayaan (X1) dan Keamanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Berdonasi (Y).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi (Y). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Salsabila & Hasbi, 2021) yang menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi.
2. Variabel keamanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi (Y). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Dibyani, 2019) yang menjelaskan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi.
3. Variabel independen yaitu Kepercayaan (X1) dan Keamanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Berdonasi (Y). Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Dibyani, 2019) yang menjelaskan bahwa kepercayaan dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiansah, W., Mulyana, N., & Fedryansyah, M. (2016). "Potensi crowdfunding di indonesia dalam praktik pekerjaan sosial," *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2).
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). "Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang," *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(1).
- Linardi, C., & Nur, T. (2021). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding," *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 249–267.
- Martiani, M. (2021). "Pengaruh Media Sosial, Influencer Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Filantropi Pada Mahasiswa Fiai Uii Di Masa Pandemi Covid-19," *uii.ac.id* (skripsi)
- Sinaga, O. S., Putri, D. E., Banjarnahor, A. R., Halim, F., & Sudirman, A. (2020). "Mampukah Citra Merek, Fasilitas dan Kepercayaan Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Taman Hewan Kota Pematangsiantar," *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 151–157.
- Taufik Hidayat, S. E. (2011). *Buku pintar investasi syariah*. Jakarta: Mediakita.