

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Penelitian ini mengambil objek salah satu filantropi digital di Indonesia yaitu platform crowdfunding Sharinghappiness.org. Sharinghappiness adalah platform donasi dan galang dana sosial secara online yang dikelola oleh Yayasan Berbagi Bahagia. Sharinghappiness tergabung sebagai anggota organisasi Perhimpunan Filantropi Indonesia. Sharinghappiness memposisikan diri sebagai digital social collaboration hub (Filantropi.or.id, 2023).

Sharinghappiness.org bermula dari sebuah gerakan berbagi yang diinisiasi oleh Lembaga Amil Zakat Nasional (Laznas) Rumah Zakat pada tahun 2015. Awal tahun 2016, Rumah Zakat memutuskan Sharinghappiness untuk menjadi sebuah platform berbagi secara online (Sharinghappiness, 2023)

Pada bulan Februari 2016, platform Sharinghappiness versi 1.0 secara resmi diluncurkan. Di dalamnya, berbagai proyek sosial kemanusiaan yang diinisiasi oleh Rumah Zakat dari berbagai cabang di Indonesia mulai dirilis. Pada tahun 2017, platform ini mengalami pemperkuatan melalui versi 2.0 dan mulai mengenalkan diri melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Youtube . Selanjutnya, pada tahun 2018, Sharinghappiness memperkenalkan platform versi 3.0 untuk website dan versi 1.0 untuk aplikasi seluler. Pada tahun yang sama, Sharinghappiness membuka kesempatan bagi publik untuk membuat proyek sosial kemanusiaan secara online (Sharinghappiness, 2023).

Pada tahun 2019, Sharinghappiness melakukan spin off dari inisiatornya, Rumah Zakat, dan membentuk kelembagaan sendiri di bawah naungan Yayasan Berbagi Bahagia. Langkah spin off ini bertujuan untuk berkolaborasi lebih luas dengan berbagai lembaga sosial, komunitas, dan individu yang ingin menggalang donasi di Platform Sharinghappiness. (Sharinghappiness, 2023)

Pada tahun 2020 untuk mempertegas keputusan spin off dari Rumah Zakat, manajemen Sharinghappiness membuat keputusan untuk mempertegas kemandiriannya dengan meluncurkan brand baru, warna dan semangat baru.

Dengan brand baru ini diharapkan Sharinghappiness bisa berkolaborasi dengan berbagai lembaga sosial, zakat, dan komunitas (jabar.idntimes.com, 2023).

Sharinghappiness memiliki visi menjadi platform utama kolaborasi berbagi kebaikan untuk masyarakat yang lebih baik (Sharinghappiness, 2023). Adapun misi Sharinghappiness adalah sebagai berikut :

- 1) Membangun platform yang tangguh dan customer oriented.
- 2) Menjalin dan memperluas kolaborasi dengan mitra strategis.
- 3) Menggerakkan peran aktif masyarakat dalam menyelesaikan masalah sosial.



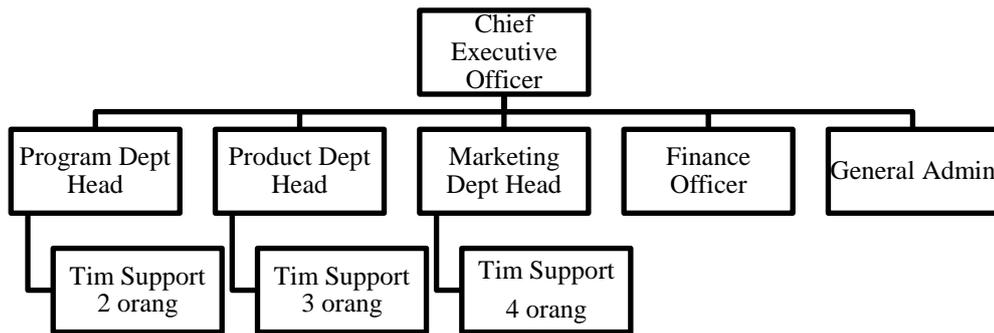
Gambar 1. 1  
Logo Sharinghappiness

Sumber : [www.Sharinghappiness.org](http://www.Sharinghappiness.org)

Sharinghappiness bertujuan sebagai jembatan setiap kolaborasi aksi kebaikan dalam menciptakan kehidupan yang lebih baik. Mengusung semangat Berjuta Cara Berbagi Kebaikan, Sharinghappiness mengajak mitra multi pihak bersinergi melalui 3 skema: platform, project, product.(Filantropi.or.id, 2023)

Sharinghappiness menargetkan berbagai kelompok individu dan entitas. Individu, orang-orang yang ingin berkontribusi dalam aksi kebaikan dan berbagi kebahagiaan melalui donasi. Organisasi Sosial meliputi lembaga amal, yayasan, dan komunitas yang membutuhkan dukungan finansial untuk proyek-proyek kemanusiaan. Perusahaan meliputi perusahaan yang ingin berpartisipasi dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan mendukung proyek-proyek berbasis kebaikan.

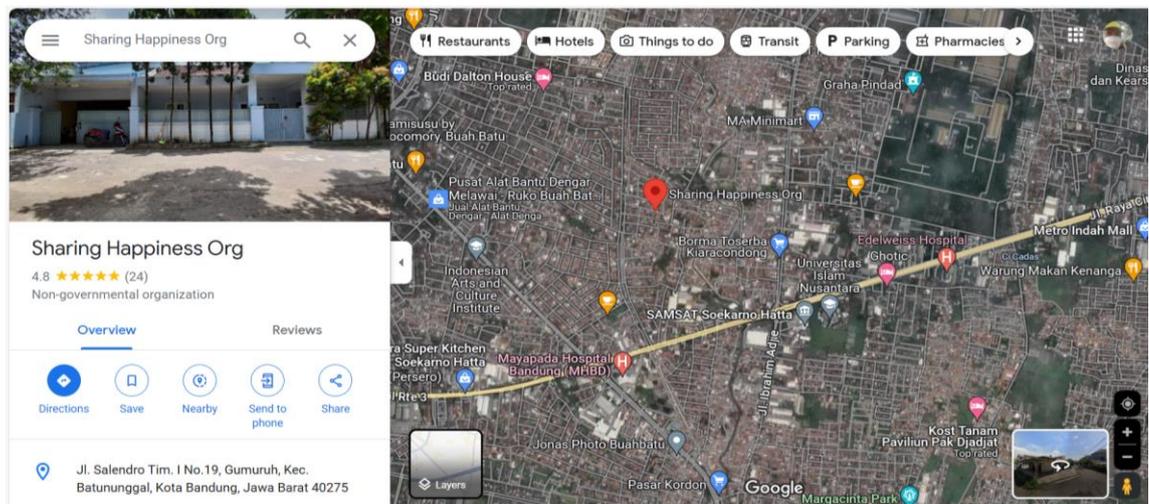
Sharinghappiness memiliki beberapa kompetitor di sektor crowdfunding digital. Beberapa platform sejenis meliputi Kitabisa.com , Amalsholeh.com, Wecare.id, Atapkita.com (lusha.com, 2023).



Gambar 1. 2  
Struktur Organisasi Sharinghappiness

Sumber : Observasi

Sharinghappiness beroperasi secara daring dan tidak terbatas pada lokasi fisik tertentu. Kantor pusatnya beralamat di Jl. Salendro Timur 1 No.19 Kelurahan Gumuruh, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat.



Gambar 1. 3  
Lokasi Kantor Sharinghappiness di Bandung

Sumber : Google Maps, 2023

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Indonesia sebagai negara berkembang dihadapkan pada berbagai masalah sosial yang kompleks, seperti kemiskinan, kesenjangan, akses pendidikan dan kesehatan yang rendah, serta kerusakan lingkungan. Salah satu yang menjadi isu utama adalah kemiskinan. Seseorang dianggap miskin ketika pendapatan seseorang tidak cukup untuk kebutuhan pokok (Sinurat, 2023). Krisis ini telah berdampak

buruk bagi negara dan secara serius mempengaruhi kemampuan pemerintah untuk menanggapi kebutuhan mendesak masyarakat setempat (Zribi, 2022). Menurut (Sayuti, 2023) menjelaskan bahwa kemiskinan merupakan masalah global yang kompleks dan menjadi perhatian utama dalam agenda pembangunan berkelanjutan Sustainable Development Goals (SDGs). Sustainable Development Goals (SDGs) adalah rencana aksi global yang ditetapkan oleh para pemimpin dunia pada Sidang Umum ke-70 Perserikatan Bangsa-Bangsa di New York. Aksi global selanjutnya yang dikenal sebagai SDGs telah membentuk 17 tujuan dengan 169 target aksi hingga tahun 2030 dengan tema "Mengubah Dunia Kita: Agenda 2030 untuk Tujuan Pembangunan Berkelanjutan". SDGs merupakan kelanjutan dari Tujuan Pembangunan Milenium (MDGs) yang beroperasi dari tahun 2000 hingga 2015 dengan 5 prinsipnya yaitu Manusia, Planet, Kesejahteraan, Perdamaian, dan Kemitraan. Kelima prinsip ini diyakini menjadi penyeimbang dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tujuan pertama SDGs, yaitu mengakhiri kemiskinan dalam segala bentuk di mana pun, menjadi target utama yang harus dicapai pada tahun 2030 (R. L. Lubis & Pusparani, 2022). Salah satu target spesifik dalam tujuan ini adalah SDGs 1.1, yang bertujuan untuk mengurangi separuh proporsi penduduk miskin pada tahun 2030 dibandingkan tahun 2015. (Ishatono & Raharjo, 2016)

Menurut laporan Bank Dunia tahun 2022, pandemi COVID-19 telah menyebabkan peningkatan jumlah penduduk miskin di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 menunjukkan bahwa persentase penduduk miskin di Indonesia meningkat dari 9,22% pada September 2019 menjadi 9,54% pada Maret 2023. Hal ini menunjukkan bahwa upaya pengentasan kemiskinan masih menghadapi tantangan yang signifikan.

Tabel 1. 1  
Persentase dan Jumlah Penduduk Miskin Menurut Pulau, Maret 2023

Pulau	Persentase Penduduk Miskin (%)			Jumlah Penduduk Miskin (juta orang)		
	Perkotaan	Perdesaan	Total	Perkotaan	Perdesaan	Total
Sumatera	7,97	10,33	9,27	2,2	3,47	5,67
Jawa	7,4	11,81	8,79	7,85	5,77	13,62
Bali dan Nusa Tenggara	8,5	17,73	13,29	0,65	1,44	2,09

Kalimantan	4,45	6,88	5,67	0,38	0,59	0,97
Sulawesi	5,87	13,16	10,08	0,5	1,54	2,04
Maluku dan Papua	6,13	26,73	19,68	0,16	1,35	1,51
Indonesia	7,29	12,22	9,36	11,74	14,16	25,9

Sumber : (bps.go.id, 2023)

Tabel 1.1 menunjukkan persentase dan jumlah penduduk miskin menurut pulau pada Maret 2023. Terlihat bahwa persentase penduduk miskin terbesar berada di wilayah Pulau Maluku dan Papua, yaitu sebesar 19,68 persen. Sementara itu, persentase penduduk miskin terendah berada di Pulau Kalimantan, yaitu sebesar 5,67 persen. Namun demikian, dari sisi jumlah, sebagian besar penduduk miskin masih berada di Pulau Jawa (13,62 juta orang), sedangkan jumlah penduduk miskin terendah berada di Pulau Kalimantan (0,97 juta orang) (bps.go.id, 2023).

Mengatasi kemiskinan membutuhkan kolaborasi dan partisipasi aktif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, organisasi masyarakat sipil, dan masyarakat luas. Salah satu platform yang menjadi wadah kolaborasi dan partisipasi tersebut adalah *crowdfunding* donasi. Menurut (Mollick, 2013) *Crowdfunding* dapat menjadi sumber pendanaan alternatif yang efektif, terutama untuk proyek-proyek yang mungkin sulit mendapatkan dukungan dari sumber pendanaan tradisional. Hal ini karena *crowdfunding* mengalokasikan dana yang terkumpul ke dalam beberapa sektor publik seperti kesehatan, keuangan, pendidikan, transportasi, energi, dan bisnis (Nafidzah, 2020). Walaupun jumlah pendanaan yang dikenakan pada masyarakat nominalnya relatif kecil, tetapi karena jumlah partisipasi tidak sedikit, maka dana yang dikumpulkan dapat menjadi sangat besar (Irawati, 2019). Hal ini disebabkan *crowdfunding* berbasis internet, sehingga mampu menjangkau khalayak yang lebih luas (Sayuti, 2023). Disamping itu, adanya *crowdfunding* dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap masalah sosial dan mendorong mereka dalam penyelesaian masalah tersebut (Burtch, 2013).

*Platform crowdfunding* donasi yang populer di Indonesia yaitu, seperti Kitabisa.com, Sharinghappiness.org, dan Amalsholeh.com. Dari banyaknya platform “Kitabisa.com adalah salah satu situs (platform) yang menjadi pelopor sistem *crowdfunding* di Indonesia dengan sistem donasi” (Sayuti, 2023). Karenanya tidak heran platform tersebut lebih cepat mengalami pertumbuhan yang pesat, dari platform lain seperti Sharinghappiness.org. Perbandingan kinerja dua

*crowdfunding* tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. 2  
Perbandingan Kinerja Crowdfunding Kitabisa.com dan Sharinghappiness.org

No	Rincian Kinerja	Kitabisa.Com	Sharinghappiness.org
1	Tahun mulai operasi	2013	2016
2	Jumlah donatur (akumulasi)	10.000.000	628.409
3	Mitra penggalang dana (akumulasi)	3.500	2.728
4	Jumlah kampanye (akumulasi)	1.000.000	8.271
5	Mitra perusahaan (akumulasi)	400	belum ada data
6	Jumlah donasi		
	2017	103.791.069.482	13.766.799.628
	2018	241.800.824.833	22.815.121.398
	2019	502.414.545.532	28.157.733.681
	2020	871.910.647.588	20.845.007.787
	2021	1.119.520.831.935	16.996.814.701
	Total donasi	2.839.437.919.370	102.581.477.195

Sumber : Laporan keuangan [www.kitabisa.com](http://www.kitabisa.com) dan observasi awal Sharinghappiness.org

Berdasarkan tabel 1.2 kita dapat melihat perbandingan kinerja antara Kitabisa.com dan Sharinghappiness.org, Kitabisa.com menonjol dengan jumlah donatur, mitra penggalang dana, jumlah kampanye, dan total donasi yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan Sharinghappiness.org. Kitabisa.com menunjukkan efektivitas dan daya tarik yang lebih besar dalam menggalang dana untuk kegiatan amal daripada Sharinghappiness.org. Perbedaan tersebut dapat disebabkan karena Kitabisa.com telah bekerjasama dengan 5 Lembaga Amil Zakat sebagai salah strategi dalam peningkatan penerimaan zakat (Karmanto & Baskoro, 2020).

Penelitian ini berfokus pada evaluasi kinerja SharingHappiness.org dalam menggerakkan partisipasi aktif masyarakat untuk menyelesaikan masalah sosial, khususnya dalam konteks mencapai target SDGs 1.1, yaitu penghapusan kemiskinan ekstrem. Tema ini penting karena keberhasilan *crowdfunding* digital dalam melibatkan masyarakat, terutama donatur dan penggalang dana, dapat berdampak langsung pada keberhasilan kampanye sosial yang mereka jalankan.

Berbagai studi sebelumnya menekankan pentingnya faktor-faktor seperti kepercayaan donatur, kemudahan akses, dan transparansi dalam menentukan keberhasilan sebuah platform crowdfunding. Menurut Ramadhan et al. (2023:52) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa dalam konteks kampanye penggalangan dana berbasis donasi, faktor-faktor seperti pengaruh sosial, rasa kepercayaan, dan harapan akan pengalaman memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap niat untuk menyumbang, sebagaimana dinyatakan “*Social influence, sense of trust, dan experience expectation memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intention to donate to donation-based crowdfunding*” artinya, ketika seseorang merasa dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya, memiliki rasa percaya yang kuat terhadap platform penggalangan dana, dan mengharapkan pengalaman yang memuaskan dari menyumbang, mereka cenderung lebih mungkin untuk berkontribusi. Temuan ini memberikan wawasan yang berharga dalam memahami perilaku derma dalam konteks crowdfunding dan dapat membantu penggiat kampanye untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam menarik dukungan dari masyarakat.

Sementara itu, menurut Azizah et al., (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa brand awareness, transparansi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan masyarakat menyalurkan ZIS melalui crowdfunding Kitabisa.com. Terkait brand awareness menurut Prasetio et al., (2022), ekuitas merek, yang mencakup kesadaran dan citra merek, berpengaruh signifikan terhadap respon pelanggan. Dalam crowdfunding, ekuitas merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat, sehingga mendorong lebih banyak orang untuk berkontribusi pada kampanye yang mendukung tujuan sosial seperti SDGs 1.1.

Wa Ode & Anggi, (2022) menyampaikan hasil penelitiannya tentang strategi yang mempengaruhi kinerja platform crowdfunding kitabisa.com sehingga berhasil meliputi :

- a. Kemudahan Transaksi: Memberikan pendekatan yang mudah dan terjangkau bagi pendonasi adalah kunci penting dalam meningkatkan partisipasi. Dengan menyediakan metode pembayaran online yang beragam, Kitabisa.com memungkinkan pendonasi untuk berkontribusi dengan cara yang paling nyaman

bagi mereka.

- b. Memelihara Trust (Kepercayaan Pendonasi): Dengan pendekatan piramida kepercayaan, Kitabisa.com berhasil membangun hubungan yang kokoh dengan para donatur. Ini penting karena kepercayaan adalah fondasi dari hubungan jangka panjang yang berkelanjutan antara lembaga dan pendonasi.
- c. Pengaruh Influencer: Memanfaatkan pengaruh para influencer untuk mempromosikan platform crowdfunding menjadi strategi yang cerdas. Hal ini membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan Kitabisa.com dan mendorong lebih banyak orang untuk berdonasi.
- d. Rekomendasi Emosional: Rekomendasi dari orang yang dikenali memiliki bobot emosional yang kuat. Dengan mendorong dukungan dari keluarga, teman, atau orang yang dipercaya, Kitabisa.com dapat meningkatkan tingkat kepercayaan para donatur terhadap platform mereka.
- e. Inklusif & Terbuka: Dengan menjadi bagian dari program lembaga fundraising lainnya dan menyatukan misi sosial, Kitabisa.com menciptakan ruang yang inklusif dan terbuka bagi semua lembaga filantropi. Ini membantu menciptakan lingkungan persaingan yang sehat dan setara di antara lembaga-lembaga tersebut.
- f. Fleksibilitas Sosial: Platform yang responsif terhadap krisis dan perubahan, serta mampu menghubungkan berbagai jaringan dan modalitas, sangat penting dalam menghadapi tantangan sosial yang beragam. Kitabisa.com menunjukkan keunggulan dalam hal ini dengan menjadi pusat perkembangan filantropi yang adaptif dan responsif.

Berdasarkan penelitian di atas, terdapat beberapa faktor utama yang secara signifikan memengaruhi kinerja *crowdfunding*, yaitu kepercayaan donatur, kemudahan transaksi, transparansi, pengaruh influencer, dan brand awareness. Kepercayaan dibangun melalui transparansi informasi dan reputasi platform, sementara kemudahan transaksi memudahkan donatur. Transparansi pengelolaan dana dan pelaporan meningkatkan keyakinan donatur. Pengaruh influencer meningkatkan visibilitas kampanye dan partisipasi donatur, sedangkan brand awareness yang tinggi membuat platform lebih dikenal dan dipercaya masyarakat. Kombinasi faktor-faktor ini mendukung keberhasilan *crowdfunding* dalam

menggerakkan partisipasi aktif masyarakat.

Melihat pentingnya peran *crowdfunding* dalam menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam menyelesaikan masalah sosial, penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kinerja *crowdfunding* *sharinghappiness.org* dari berbagai perspektif. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, faktor-faktor seperti kepercayaan donatur, kemudahan akses, transparansi, pengaruh influencer, brand awareness, dan inklusivitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan sebuah platform *crowdfunding*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor tersebut dalam konteks *SharingHappiness.org*. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kinerja *crowdfunding*, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi yang berharga untuk meningkatkan efektivitas kampanye penggalangan dana di *Sharinghappiness.org* dan platform sejenis lainnya (Alamsyah et al., 2018)

Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi yang berguna bagi *SharingHappiness.org* untuk meningkatkan efektivitasnya dalam mencapai target sosial yang ditetapkan, terutama dalam kaitannya dengan SDGs 1.1. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai *crowdfunding* dan perannya dalam pengentasan kemiskinan di Indonesia.

### 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

*SharingHappiness.org*, sebagai salah satu *crowdfunding* digital di Indonesia, berperan penting dalam menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam menyelesaikan masalah sosial, terutama kemiskinan ekstrem sesuai dengan target SDGs 1.1. Namun, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas platform ini, seperti kepercayaan donatur, kemudahan akses, transparansi, pengaruh influencer, brand awareness, dan inklusivitas. Oleh karena itu, penelitian ini perlu mengevaluasi sejauh mana faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap keberhasilan *SharingHappiness.org* dalam menggerakkan partisipasi aktif

masyarakat.

Berdasarkan rumusan masalah yang Anda berikan, berikut adalah beberapa pertanyaan penelitian terkait dengan evaluasi kinerja crowdfunding Sharinghappiness.org dalam mendukung SDGs 1.1 sebagai berikut :

1. Bagaimana SharingHappiness.org membangun kepercayaan donatur sehingga dapat mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam kampanye crowdfunding?
2. Bagaimana SharingHappiness.org menyediakan kemudahan akses dan transaksi sehingga dapat meningkatkan kontribusi donatur dalam penggalangan dana?
3. Bagaimana SharingHappiness.org memastikan transparansi dalam pengelolaan dan pelaporan dana sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas donatur?
4. Bagaimana SharingHappiness.org memanfaatkan pengaruh influencer untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam menyelesaikan masalah sosial melalui kampanye crowdfunding?
5. Bagaimana SharingHappiness.org membangun dan meningkatkan brand awareness sehingga dapat mempengaruhi keinginan masyarakat untuk berdonasi dan terlibat dalam kampanye sosial?
6. Bagaimana SharingHappiness.org menciptakan inklusivitas sehingga mampu mengajak berbagai lapisan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam penggalangan dana?
7. Sejauh mana partisipasi aktif masyarakat, yang diukur melalui jumlah donatur, total donasi, dan keberhasilan kampanye, memengaruhi kinerja Sharinghappiness.org dalam mencapai target kampanye sosial?

Rumusan masalah dan pertanyaan penelitian ini diharapkan dapat membantu menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas SharingHappiness.org dalam mencapai tujuan sosialnya, khususnya terkait SDGs

1.1.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah adalah :

1. Menganalisis bagaimana SharingHappiness.org membangun kepercayaan donatur dan bagaimana hal ini mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam

- kampanye crowdfunding.
2. Mengevaluasi bagaimana SharingHappiness.org menyediakan kemudahan akses dan transaksi yang berkontribusi terhadap peningkatan donasi dalam penggalangan dana.
  3. Mengidentifikasi strategi transparansi yang diterapkan SharingHappiness.org dalam pengelolaan dan pelaporan dana, serta dampaknya terhadap kepercayaan dan loyalitas donatur.
  4. Meneliti bagaimana SharingHappiness.org memanfaatkan pengaruh influencer dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan partisipasi dalam kampanye sosial.
  5. Menganalisis bagaimana SharingHappiness.org membangun dan meningkatkan brand awareness untuk memotivasi masyarakat agar berdonasi dan terlibat dalam kampanye sosial.
  6. Mengevaluasi bagaimana SharingHappiness.org menciptakan inklusivitas untuk mengajak berbagai lapisan masyarakat berpartisipasi aktif dalam penggalangan dana.
  7. Mengevaluasi peran aktif masyarakat, yang diukur melalui jumlah donatur, total donasi, dan keberhasilan kampanye, memengaruhi kinerja Sharinghappiness.org dalam mencapai target kampanye sosial?

Tujuan penelitian ini akan membantu mengukur efektivitas SharingHappiness.org dalam menggerakkan partisipasi masyarakat dan mencapai target sosial, khususnya SDGs 1.1, dengan memperhatikan faktor-faktor yang relevan.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat Penelitian yang dapat dirumuskan berdasarkan tujuan penelitian:

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Pengembangan Ilmu Pengetahuan: Penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur dan pengetahuan terkait crowdfunding dan filantropi digital, khususnya dalam konteks crowdfunding seperti SharingHappiness.org. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji faktor-faktor yang

mempengaruhi efektivitas crowdfunding dalam mencapai tujuan sosial.

- b. **Pemahaman Faktor Keberhasilan Crowdfunding:** Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor penting seperti kepercayaan donatur, transparansi, kemudahan akses, pengaruh influencer, brand awareness, dan inklusivitas yang berkontribusi terhadap kesuksesan kampanye crowdfunding di Indonesia.

## **2. Manfaat Praktis**

- a. **Bagi SharingHappiness.org:** Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang berharga bagi SharingHappiness.org untuk meningkatkan kinerja mereka dalam menarik partisipasi donatur dan penggalang dana, serta mencapai target sosial yang lebih luas, terutama dalam kaitannya dengan SDGs 1.1. Penelitian ini juga dapat membantu platform tersebut dalam mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, seperti peningkatan transparansi atau pengelolaan brand awareness.
- b. **Bagi Platform Crowdfunding Lain:** Temuan penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi platform crowdfunding lainnya dalam mengembangkan strategi untuk membangun kepercayaan donatur, meningkatkan kemudahan akses, memanfaatkan influencer, serta menciptakan inklusivitas di platform mereka.
- c. **Bagi Masyarakat dan Donatur:** Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat dan calon donatur mengenai pentingnya faktor-faktor seperti kepercayaan dan transparansi dalam memilih platform crowdfunding yang terpercaya untuk berpartisipasi. Ini dapat membantu masyarakat dalam membuat keputusan yang lebih bijak dalam berdonasi.
- d. **Bagi Pemerintah dan Lembaga Sosial:** Hasil penelitian ini dapat membantu pemerintah dan lembaga sosial dalam merumuskan kebijakan atau program yang mendukung keberlanjutan platform crowdfunding, serta memaksimalkan peran masyarakat dalam menyelesaikan masalah sosial melalui partisipasi aktif dalam penggalangan dana.

### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V sebagai

berikut

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tesis.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel (untuk kuantitatif) / situasi sosial (untuk kualitatif), pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian