

# 1 BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, praktik *crowdfunding* telah mengalami pertumbuhan secara signifikan dalam dunia penggalangan dana yang mengubah model penggalangan dana tradisional dengan menghilangkan hambatan antara mereka yang memiliki kapasitas untuk menawarkan bantuan [1], [2]. *Crowdfunding* telah membuka peluang baru dalam memfasilitasi berbagai proyek, baik untuk tujuan komersial maupun amal [3], [4]. *Crowdfunding* merupakan sebuah praktik memperoleh dana dari banyak individu yang umumnya melalui platform sosial secara *online* untuk jangkauan publisitas yang lebih besar [5]. Salah satu bentuk dari *crowdfunding* adalah *donation-based crowdfunding* yang semakin populer dalam lima tahun terakhir ini [6].

Penggunaan platform *crowdfunding* semakin populer dalam beberapa tahun terakhir baik untuk organisasi profit ataupun non-profit [7][8]. Contoh platform *crowdfunding* tersebut adalah Kitabisa.com, AyoPeduli.com, Wujudkan.com untuk platform di Indonesia dan Kickstarter, Indiegogo, Lending Club, Rock et Hub untuk luar negeri yang telah mengumpulkan dana dalam jumlah besar sejak tahun 2009 [9]. Penggunaan platform tersebut dapat memberikan kemudahan bagi donatur untuk memberikan donasi dan pengadaan proyek amal [2]. Di Indonesia, komunitas relawan menjadi salah satu contoh kelompok yang sering memanfaatkan platform *crowdfunding* untuk mendukung kegiatan sosial dan penggalangan dana amal mereka. Sebagai contoh, komunitas relawan medan sering mengandalkan platform seperti Kitabisa.com untuk memudahkan pengumpulan, pengelolaan, distribusi sumbangan, memperluas jangkauan kampanye sosial mereka, memanfaatkan kemudahan akses dan luasnya jaringan informasi yang ditawarkan platform tersebut [10].

Salah satu hal yang penting dalam *crowdfunding* adalah informasi [11]. Informasi dapat menjadi faktor utama yang mempengaruhi seseorang untuk berdonasi [12] dan informasi itu akan disebar melalui media sosial [13]. Meskipun begitu, kebenaran dan keakuratan informasi yang diperoleh dari media sosial itu masih belum jelas kebenarannya, mengingat adanya potensi misinformasi dan berita palsu yang dapat menyesatkan calon donator [12]. Maka dari itu, diperlukan tindakan mencari informasi lebih lanjut yang disebut *information seeking behavior* guna memverifikasi dan memastikan keandalan informasi

sebelum memutuskan untuk berdonasi [14]. Beberapa penelitian mengenai *information seeking behavior* sudah pernah dilakukan di masa lalu yang menunjukkan bahwa *information seeking behavior* dapat mempengaruhi niat dan penggunaan suatu hal dalam berbagai konteks. Misalnya, penelitian Kassem dkk menemukan bahwa *information seeking behavior* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan pupuk hayati oleh petani [15]. Penelitian Li dan Zheng juga menunjukkan bahwa *information seeking behavior* mempengaruhi niat pencegahan dengan sikap pencegahan sebagai moderasi dalam perilaku kesehatan selama wabah penyakit COVID-19 [16]. Selain itu, penelitian oleh Zafar dkk mengungkap bahwa pencarian informasi berpengaruh pada kepercayaan keputusan dalam *crowdfunding* ekuitas, di mana dapat meningkatkan keyakinan dan keputusan dalam menarik dana penting dari kampanye [17]. Adapun penelitian lain dari Parveaz dan Khan yang menunjukkan bahwa *information seeking behavior* berpengaruh terhadap penggunaan internet dalam konteks akademik [18]. Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan antara *information seeking behavior* dan niat berdonasi pada platform *donation-based crowdfunding* masih sangat terbatas, sehingga membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut.

Penerimaan dan penggunaan sebuah platform *crowdfunding* bisa saja dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satu model yang dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan juga penggunaan teknologi tersebut adalah UTAUT. UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) adalah teori yang telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi [19]. UTAUT merupakan model penerimaan teknologi yang mengintegrasikan 8 model penerimaan teknologi sebelumnya. Kerangka kerja dari model UTAUT terdiri atas Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), dan Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) sebagai variabel independen dan niat perilaku dan perilaku penggunaan sebagai variabel dependen. Jenis kelamin, usia, pengalaman, dan kesukarelaan penggunaan digunakan untuk memoderasi dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen [20]. Tetapi, variabel kesukarelaan penggunaan akan dihilangkan sebagai variabel moderasi karena para relawan yang merupakan target penelitian ini membuat pilihan mereka sendiri tanpa paksaan dari pihak lain [21], [22]. Selain mengintegrasikan 8 model lainnya, UTAUT dipilih karena kemampuannya mengukur sebanyak 73% aspek yang dapat digunakan dalam menilai adopsi sistem dari pengguna sedangkan model TAM hanya mampu mengukur sebanyak 63% [23]. Model

UTAUT juga diidentifikasi dapat digunakan dalam beberapa bidang seperti perbankan, pendidikan, kesehatan, perdagangan, dan juga manajemen [24].

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah variabel *information seeking behavior* berfungsi sebagai prediktor yang memengaruhi langsung niat perilaku dalam penerimaan dan penggunaan platform *crowdfunding*. Selain itu, penelitian ini berupaya untuk menjawab kebutuhan akan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana masyarakat, khususnya komunitas relawan, dapat memanfaatkan informasi yang tersedia secara lebih efektif untuk mendukung keputusan mereka dalam berdonasi melalui platform *crowdfunding*. Penelitian ini dianggap penting karena masih sedikit penelitian yang mengevaluasi peran *information seeking behavior* terhadap penggunaan platform *crowdfunding*. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kekayaan literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan platform *crowdfunding* dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian di masa depan serta memberikan manfaat dalam pengembangan platform *crowdfunding* di masa yang akan datang.

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti bermaksud untuk menguji bagaimana variabel *information seeking behavior* dalam memengaruhi niat penerimaan dan penggunaan platform *crowdfunding*, melalui sebuah penelitian dengan judul “Menguji Pengaruh Variabel *Information Seeking Behavior* terhadap Penggunaan Platform *Crowdfunding* dengan Model UTAUT (Studi Kasus: Komunitas Relawan Medan)”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh variabel *Information Seeking Behavior* pada Niat Perilaku pada penggunaan platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.
2. Bagaimana pengaruh Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku pengguna platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.
3. Bagaimana pengaruh variabel usia, jenis kelamin, pengalaman sebagai variabel moderasi pada penggunaan platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

### 1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji pengaruh variabel *Information Seeking Behavior* pada Niat Perilaku pada penggunaan platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.
2. Menganalisis Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku pengguna platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.
3. Menguji pengaruh variabel usia, jenis kelamin, pengalaman sebagai variabel moderasi pada penggunaan platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

### 1.4 Manfaat

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penambahan kontribusi pada teori UTAUT dengan menguji pengaruh variabel *Information Seeking Behavior* pada Niat Perilaku pada penggunaan platform *crowdfunding*.
2. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi tambahan pada kekayaan literatur tentang faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan platform *crowdfunding* dan dapat dijadikan sebagai-bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

### 1.5 Ruang Lingkup

Berikut adalah batasan atau ruang lingkup dari penelitian ini:

1. Variabel Dependen: Niat Perilaku (*Behavioral Intention*), Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*).
2. Variabel Independen: Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Faktor Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), *Information Seeking Behavior*
3. Variabel Moderator: Jenis Kelamin (*Gender*), Usia (*Age*), Pengalaman (*Experience*)
4. Objek penelitian: platform *crowdfunding*
5. Responden: Pengguna platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan