

2 BAB II KAJIAN LITERATUR

2.1 *Crowdfunding*

Crowdfunding merupakan kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang, tim, ataupun organisasi dalam mengambil inisiatif untuk mengumpulkan uang dari khalayak luas untuk mendanai sebuah proyek dengan menggunakan jejaring sosial *online* [25]. Pendekatan *crowdfunding* memungkinkan proyek untuk mendapatkan dukungan finansial dari komunitas luas, tanpa bergantung pada sumber pendanaan tradisional seperti bank [26]. Selain itu, perkembangan *crowdfunding* juga berkaitan dengan berkembangnya internet yaitu *website* dan media sosial yang memungkinkan sebuah proyek untuk mendapatkan lebih banyak investor secara global dan menciptakan koneksi langsung antara pemilik proyek dan penyumbang [27]. Di era digital, teknologi seperti blockchain juga mulai digunakan dalam *crowdfunding* untuk meningkatkan transparansi dan keamanan transaksi [28].

2.1.1 Model *Crowdfunding*

Crowdfunding memiliki 4 model utama, yaitu [29]:

1. *Reward-Based Crowdfunding*

Reward-Based Crowdfunding merupakan sistem penggalangan dana yang dilakukan pelaku usaha atau penerima dana melalui kampanye di platform *crowdfunding*, dimana investor atau pendonor dapat memberikan dana dengan jumlah relatif kecil dengan imbalan sesuatu yang bersifat *non-moneter* [30]. Imbalan tersebut dapat bervariasi dari sesuatu yang sederhana seperti kartu pos ucapan terima kasih atau T-shirt dengan logo perusahaan hingga versi produksi dari produk pelaku usaha tersebut [29]. Contohnya adalah proyek teknologi yang memberikan produk pertama kepada penyumbang sebagai bentuk penghargaan atas dukungan mereka [29]

2. *Equity-Based Crowdfunding*

Equity-Based Crowdfunding merupakan pendekatan baru dalam penggalangan dana dengan memberikan imbalan kepemilikan perusahaan atau saham atas kontribusi pendonor [5], [27]. Prinsip dari *equity-based crowdfunding* mirip dengan investasi dan konsep saham tradisional [31].

3. *Debt-Based Crowdfunding*

Debt-Based Crowdfunding atau sering dikenal sebagai *lending-based crowdfunding* merupakan bentuk penggalangan dana dalam membiayai sebuah proyek dengan imbalan

pengembalian finansial atau moneter sebagai bunga [5], [29]. *Crowdfunding* ini memiliki kemiripan dengan pinjaman bank konvensional tetapi memberikan bunga lebih rendah dan jangka waktu persetujuan lebih cepat [5], [32].

4. *Donation-Based Crowdfunding*

Donation-Based Crowdfunding adalah metode pengalangan dana dengan mengumpulkan kontribusi kecil dari banyak pendonor dalam mendukung tujuan amal atau orang yang membutuhkan dengan memanfaatkan sosial media untuk menarik pendonor potensial [33], [34]. Pada *donation-based crowdfunding*, donatur tidak akan mengharapkan imbalan atau kompensasi material [28].

2.1.2 Peran Teknologi dalam *Crowdfunding*

Kemajuan teknologi digital telah menjadi katalis utama dalam pertumbuhan *crowdfunding*. Beberapa teknologi tersebut adalah internet, media sosial, dan teknologi seperti *blockchain* yang telah meningkatkan transparansi, aksesibilitas, dan kepercayaan pengguna terhadap platform *crowdfunding*. Teknologi internet memungkinkan munculnya platform *crowdfunding* berbasis web yang dapat menjangkau audiens secara global tanpa batasan geografis. Di Indonesia, platform seperti Kitabisa.com memudahkan individu dan organisasi untuk menggalang dana secara online, meningkatkan aksesibilitas dan partisipasi masyarakat. Media sosial juga memainkan peran signifikan dalam menyebarkan kampanye *crowdfunding*. Fitur berbagi di media sosial membantu mempercepat viralitas kampanye dan menarik lebih banyak penyumbang potensial [35]. Teknologi lain seperti *Blockchain* memungkinkan pencatatan transaksi yang lebih aman dan bebas dari penipuan, sehingga meningkatkan kepercayaan antara pemilik proyek dan penyumbang [28]. Teknologi tambahan seperti pembelajaran mesin (*machine learning*) dan analisis big data juga dapat merancang strategi kampanye yang lebih efektif berdasarkan pola dan tren dari kampanye *crowdfunding* sebelumnya [30].

2.1.3 Perkembangan *Crowdfunding* di Indonesia

Crowdfunding telah menjadi salah satu metode pengalangan dana yang berkembang pesat secara global. Di negara-negara maju seperti Amerika Serikat, platform seperti Kickstarter dan GoFundMe telah mendanai ribuan proyek dengan total pendanaan miliaran dolar sejak awal 2009 [25]. Tren ini diikuti oleh negara berkembang, termasuk Indonesia, di mana *crowdfunding* mulai menunjukkan potensi besar dalam mendukung inisiatif sosial dan kemanusiaan [30]. Beberapa platform di Indonesia seperti Kitabisa.com, AyoPeduli.com, dan Wujudkan.com telah menjadi contoh keberhasilan penerapan *crowdfunding* berbasis

donasi. Sebagai salah satu platform terkemuka, Kitabisa.com telah berhasil mendanai ribuan kampanye sosial dan pendidikan, dengan total dana yang terkumpul mencapai ratusan miliar rupiah. Keberhasilan ini tidak lepas dari beberapa faktor [9], [30]:

1. Budaya Gotong-Royong: Budaya lokal yang mendukung solidaritas dan kerja sama masyarakat menjadi fondasi kuat bagi *crowdfunding* di Indonesia.
2. Peran Media Sosial: Kampanye *crowdfunding* di Indonesia sering kali viral melalui media sosial, yang membantu menarik perhatian khalayak luas dan meningkatkan kepercayaan donatur.
3. Kesesuaian dengan Kebutuhan Lokal: Banyak kampanye yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, seperti bantuan bencana alam, pendidikan, atau perawatan kesehatan, yang menjadikan *crowdfunding* pilihan utama dalam mengumpulkan dana.

Namun, dibandingkan dengan negara maju, perkembangan *crowdfunding* di Indonesia masih menghadapi beberapa tantangan:

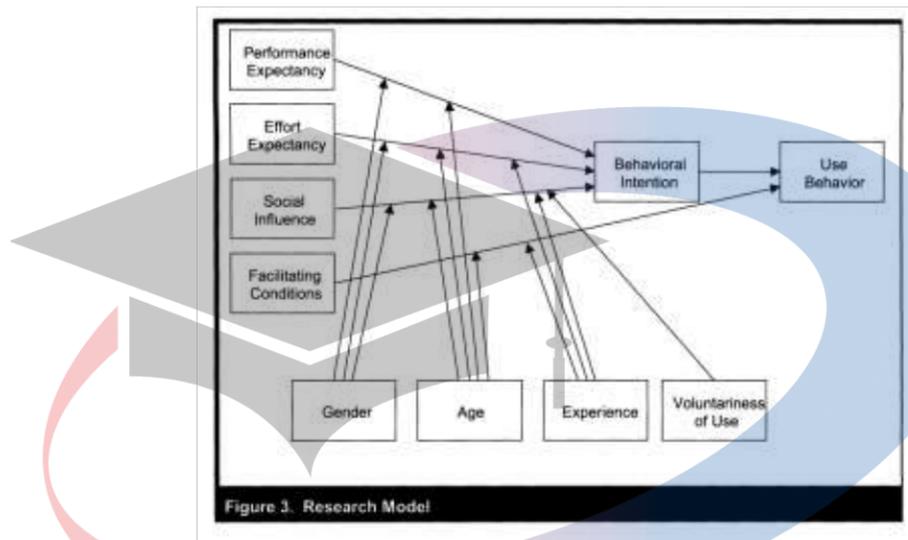
1. Literasi Digital: Banyak masyarakat Indonesia yang belum sepenuhnya memahami cara kerja platform *crowdfunding*, sehingga adopsi teknologi hanya ada di kalangan tertentu.
2. Regulasi yang Belum Memadai: Di negara maju, regulasi *crowdfunding* sudah mapan untuk melindungi penyumbang dan pemilik proyek. Sementara di Indonesia, regulasi terkait *crowdfunding* masih dalam tahap pengembangan, menciptakan ketidakpastian hukum bagi pengguna.
3. Kepercayaan terhadap Platform: Transparansi informasi kampanye menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan pengguna. Kurangnya verifikasi data terkadang menjadi hambatan dalam menarik minat donatur baru.

2.2 UTAUT

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology atau UTAUT merupakan model penerimaan teknologi untuk menjelaskan niat pengguna dalam menerima atau menggunakan teknologi atau sistem informasi. Perancangan model UTAUT dilakukan dengan mengintegrasikan delapan model penerimaan teknologi informasi yang mencakup *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory Of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPTU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Social Cognitive Theory* (SCT) [20].

UTAUT memiliki empat konstruk yang mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) terhadap perilaku penggunaan teknologi (*Use Behavior*), empat konstruk tersebut

terdiri dari Ekspetasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspetasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), dan Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*). UTAUT juga menyarankan variable moderator seperti Jenis Kelamin (*Gender*), Usia (*Age*), Pengalaman (*Experience*), dan Kesukarelaan Penggunaan (*Voluntariness of Use*). Keberadaan variable moderator dapat membantu mengatasi inkonsistensi dan kelemahan dari model-model sebelumnya serta menjelaskan perbedaan perilaku antara berbagai individu dengan lebih mendalam [20].



Gambar 2.1 Model UTAUT [20]

1. *Performance Expectancy*

Ekspetasi Kinerja atau *Performance Expectancy* didefinisikan sebagai keyakinan individu bahwa penggunaan sistem akan membantu mereka mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan. Ditemukan lima konstruk berbeda yang memiliki kemiripan dengan ekspetasi kinerja, yaitu *perceived usefulness* (TAM/TAM2 dan C-TAM-TPB), *extrinsic motivation* (MM), *job-fit* (MCPU), *relative advantage* (IDT), *outcome expectations* (SCT) [20]. Menurut studi, ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat penggunaan platform *crowdfunding* [36]. Pengguna cenderung lebih percaya diri untuk menggunakan platform jika merasa yakin bahwa sistem akan membantu mereka mencapai tujuan, seperti keberhasilan kampanye penggalangan dana atau membantu orang lain. Hal ini terlihat dalam studi pada platform *Sharinghappiness.org*, di mana ekspektasi kinerja yang tinggi berhasil mendorong keterlibatan komunitas dalam mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) 1.1 [37]. Maka dari itu, semakin tinggi ekspektasi kinerja seseorang terhadap platform *crowdfunding*, semakin tinggi juga niat penggunaan platform *crowdfunding* [38].

2. *Effort Expectancy*

Ekspetasi Usaha atau *Effort Expectancy* didefinisikan sebagai keyakinan individu bahwa penggunaan sistem mudah dioperasikan dan tidak memerlukan banyak usaha. Ditemukan tiga konstruk berbeda yang memiliki kemiripan dengan ekspetasi usaha, yaitu *perceived ease of use* (TAM/TAM2), *complexity* (MPCU), *ease of use* (IDT) [20]. Ketika pengguna menemukan platform yang mudah dioperasikan, mereka lebih cenderung menganggapnya berguna, yang meningkatkan kepuasan dan niat mereka secara keseluruhan untuk terus menggunakan platform [39]. Menurut studi, ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat penggunaan platform *crowdfunding*. Hal ini juga dibuktikan oleh studi lain mengenai desain antarmuka yang sederhana dan instruksi yang jelas pada platform *crowdfunding* berkontribusi terhadap ekspektasi usaha, yang pada akhirnya meningkatkan niat pengguna untuk berpartisipasi [40]. Maka dari itu, semakin mudah pengoperasian / penggunaan platform *crowdfunding*, semakin tinggi niat penggunaan platform tersebut [28].

3. *Social Influence*

Pengaruh Sosial atau *Social Influence* mengacu pada sejauh mana individu merasakan bahwa seseorang yang dianggap penting percaya bahwa individu tersebut harus menggunakan sistem baru. Ditemukan tiga konstruk berbeda yang memiliki kemiripan dengan pengaruh sosial, yaitu *subjective norm* (TPB/DTPB, C-TAM-TPB and TAM2), *social factors* (MPCU), dan *image* (IDT) [20]. Menurut studi, pengaruh sosial juga berpengaruh positif terhadap niat penggunaan platform *crowdfunding* [36]. Hal ini juga dibuktikan dengan sebuah hasil studi yaitu seseorang akan menggunakan platform yang direkomendasikan oleh teman atau keluarga mereka [38]. Studi lain juga menunjukkan bahwa dalam lingkungan kerja, pengaruh sosial dari kolega ataupun atasan dapat memainkan peran penting dalam keputusan individu untuk mengadopsi sistem atau platform baru. Seperti, jika sebagian besar kolega telah mengadopsi suatu teknologi baru dan menemukan manfaatnya, hal ini dapat menciptakan tekanan sosial bagi anggota lain untuk ikut serta dalam mengadopsi sistem tersebut [41].

4. *Facilitating Conditions*

Kondisi Memfasilitasi atau *Facilitating Conditions* mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem. Ditemukan tiga konstruk berbeda yang memiliki kemiripan dengan kondisi memfasilitasi, yaitu *perceived behavioral control* (TPB/DTPB, C-TAM-TPB),

facilitating conditions (MPCU), and *compatibility* (IDT) [20]. Menurut studi, kondisi memfasilitasi tidak mempengaruhi niat menggunakan platform *crowdfunding* [36], [38]. Sebaliknya, studi lain menyimpulkan bahwa adanya pengaruh positif terhadap hubungan diatas. Studi tersebut juga menunjukkan bahwa akses internet yang andal dan lingkungan yang mendukung meningkatkan kesediaan pengguna untuk terlibat dalam *crowdfunding* [42], [43].

5. Niat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Niat Perilaku atau *Behavioral intention* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan teknologi [44]. *Behavioral intention* mengacu terhadap kesediaan individu untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem [45]. Dalam konteks sosial media, konsep *behavioral intention* dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti manfaat yang diharapkan dari penggunaan teknologi, pengaruh sosial, motivasi hedonik, serta kondisi memfasilitasi yang secara signifikan mempengaruhi niat perilaku [44]. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa *behavioral intention* berperan penting dalam mendorong perilaku penggunaan teknologi, termasuk dalam konteks penggunaan platform *crowdfunding* [36], [46], [47]. Semakin tinggi tingkat niat pengguna untuk menggunakan platform *crowdfunding*, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan teknologi tersebut secara aktif [36].

6. Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*)

Perilaku Penggunaan atau *Use Behavior* dalam model UTAUT mengacu pada penggunaan aktual dari sebuah sistem teknologi. Konstruk ini mencerminkan sejauh mana individu benar-benar menggunakan teknologi atau sistem tersebut setelah mereka memiliki niat untuk melakukannya [48]. Dalam konteks platform *crowdfunding*, *use behavior* mencakup berbagai aktivitas, seperti memberikan donasi, berinteraksi dengan proyek penggalangan dana, serta berbagi informasi [49]. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa *use behavior* dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kepercayaan terhadap platform *crowdfunding*, kepuasan terhadap platform *crowdfunding*, pengaruh sosial, dan kemudahan penggunaan platform *crowdfunding* [50].

7. Jenis Kelamin (Gender)

Jenis Kelamin atau Gender merupakan variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen dalam model UTAUT [20]. Beberapa

penelitian menunjukkan bahwa jenis kelamin dapat bertindak sebagai variabel moderasi seperti penelitian tentang adopsi *Open Government Data* (OGD) [51] dan niat dalam menggunakan *mobile learning* [52]. Penelitian UTAUT dari Venkatesh juga menunjukkan bahwa gender pria memoderasi lebih kuat hubungan antara ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku. Sementara itu, gender wanita memoderasi lebih kuat hubungan antara ekspektasi usaha dan pengaruh sosial terhadap niat perilaku [20]. Meskipun begitu, ada juga penelitian yang menunjukkan bahwa variabel *gender* tidak secara signifikan memoderasi seperti penelitian tentang adopsi aplikasi PeduliLindungi selama pandemi COVID-19 di Indonesia [53].

8. Usia (Age)

Usia atau *Age* merupakan variabel moderasi dalam model UTAUT [11]. usia dapat bertindak sebagai variabel moderasi seperti penelitian tentang penerimaan teknologi *e-HRM* [54]. Penelitian UTAUT dari Venkatesh menerangkan lebih lanjut mengenai moderasi usia bahwa kelompok orang dengan usia lebih muda memoderasi lebih kuat hubungan antara ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku. Sedangkan, kelompok orang dengan usia lebih tua memoderasi lebih kuat hubungan antara ekspektasi usaha dan pengaruh sosial terhadap niat perilaku. Sementara itu, hubungan antara kondisi memfasilitasi terhadap perilaku penggunaan dimoderasi lebih kuat oleh kelompok orang dengan usia lebih tua [20].

9. Pengalaman (*Experience*)

Pengalaman atau *Experience* mengacu pada durasi pengguna berinteraksi dengan sistem [55]. Pengalaman merujuk keakraban pengguna dan interaksi dengan teknologi informasi [56]. Pengalaman dapat diartikan sebagai bentuk pengetahuan yang telah menggunakan teknologi informasi. Menurut Ajzen & Fishbein (1980), Pengalaman akan menunjukkan hubungan korelasi yang kuat antara intensitas dan perilaku penggunaannya pada pengguna yang berpengalaman dan tidak berpengalaman [57]. Variabel pengalaman memoderasi hubungan antar variabel yaitu kelompok orang dengan pengalaman yang lebih sedikit memoderasi lebih kuat hubungan antara ekspektasi usaha dan pengaruh sosial terhadap niat perilaku. Sementara itu, hubungan antara kondisi memfasilitasi terhadap perilaku penggunaan dimoderasi lebih kuat oleh kelompok orang dengan pengalaman yang lebih banyak [20].

10. Kesukarelaan Penggunaan (*Voluntariness of Use*).

Kesukarelaan Penggunaan atau *Voluntariness of Use* mengacu pada keinginan atau kemauan individu untuk secara sukarela menggunakan suatu teknologi atau sistem. Dalam konteks penerimaan teknologi, *voluntariness of use* menyoroti sejauh mana secara sukarela memilih untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tanpa dipaksa atau diamanatkan untuk melakukannya [58]. Variabel pengalaman memoderasi hubungan antara pengaruh sosial (*social influence*) terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) [20]. Variabel *Voluntariness of Use* dianggap kurang relevan dalam konteks *donation-based crowdfunding* dikarenakan partisipasi penyumbang sudah didasari oleh niat ikhlas dan kesukarelaan [22], [59].

2.3 Information Seeking Behavior

Information seeking behavior merupakan seluruh kegiatan seseorang atau sekelompok orang dalam mencari, menemukan, dan menggunakan segala informasi. Pencarian informasi dipicu ketika seseorang menyadari akan kebutuhan informasinya lalu individu tersebut akan melakukan berbagai cara untuk menemukan sumber informasi yang dicari agar dapat membantu dalam menyelesaikan permasalahan, lalu informasi tersebut akan diimplementasikan melalui tindakan [60], [61]. Wright and Guy (1997) berpendapat bahwa *Information Seeking* dilakukan untuk mengidentifikasi pesan yang memenuhi kebutuhan yang dirasakan [62]. Menurut Krikelas (2006), *information seeking behavior* adalah kegiatan penentuan dan pengidentifikasian pesan untuk memuaskan kebutuhan informasi yang dirasakan. Sejalan dengan itu, Wijayanti (2006) berpendapat bahwa *information seeking behavior* merupakan aktivitas seorang pencari informasi dalam mencari, mengumpulkan, dan menggunakan informasi yang dibutuhkan [61].

information seeking behavior dan pencarian informasi sebagai bagiannya merupakan bagian utama dari perilaku informasi atau *information behavior* [63]. Konsep perilaku informasi telah digunakan sejak pertengahan 1960-an dan pada tahun 1970-an, konsep perilaku informasi secara bertahap dikamuskan, dengan fokus pada kebutuhan informasi, pencarian atau *seeking*, dan penggunaan [64]. Setelah itu pada tahun 1976, Feinman dan rekannya mendefinisikan "*information seeking behavior*" sebagai tindakan spesifik yang dilakukan oleh seorang individu yang secara khusus ditujukan untuk memenuhi kebutuhan informasi [65]. Selanjutnya, Bates pada tahun 1989 melalui model 'berrypicking' mengungkapkan bahwa pencarian informasi tidak bersifat linier, melainkan iteratif, di mana pengguna memperoleh potongan informasi secara bertahap dari berbagai sumber. Sejalan dengan itu, Kuhlthau pada tahun 1991 mengemukakan bahwa pencarian informasi adalah

proses dinamis yang diawali dengan ketidakpastian dan kecemasan, yang seiring berjalannya waktu berubah menjadi pemahaman yang lebih terstruktur. Selain itu pada tahun 1995, Savolainen dalam Everyday Life Information Seeking (ELIS) Theory menekankan bahwa pencarian informasi merupakan bagian integral dari kehidupan sehari-hari yang sangat dipengaruhi oleh konteks situasional dan pengalaman pribadi. Dan berikutnya, Wilson pada tahun 1999 menyoroti bahwa ISB merupakan mekanisme strategis untuk mengurangi ketidakpastian dan risiko melalui evaluasi informasi yang relevan [66], [67].

Informasi merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi seseorang untuk berdonasi [12] dan tindakan pencarian informasi tersebut disebut dengan *information seeking behavior* [14], di mana pendonor akan mencari informasi yang relevan sebelum membuat keputusan donasi [68]. Dalam platform donation-based *crowdfunding*, pencarian informasi mencakup detail-detail dari proyek yang diusulkan, seperti tujuan proyek, transparansi penggunaan dana, riwayat pengelola proyek, serta dampak yang diharapkan dari donasi tersebut [69], [70]. Menurut studi, pengadaan informasi dapat meningkatkan niat untuk berdonasi [71]. Sejalan dengan itu, penelitian lain berpendapat bahwa perilaku pencarian informasi dapat meningkatkan niat menggunakan platform *crowdfunding* [17], [72].

Selain itu, 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]. Dalam UTAUT, *information seeking behavior* tidak dijelaskan secara eksplisit. Namun, berdasarkan penelitian sebelumnya, *information seeking behavior* berpengaruh terhadap niat penggunaan dan perilaku penggunaan teknologi yang merupakan salah satu variabel dalam model UTAUT.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
(Setiawan Panjaitan E, Budiarto R, 2019) [73]	<i>The Role of Intelligence in e-Learning Usage: An Extension of UTAUT Model</i>	<p>Variabel bebas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Performance Expectancy</i> (Ekspetasi Kinerja) <i>Effort Expectancy</i> (Ekspetasi Usaha) <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Memfasilitasi) <i>Intelligence Quotient</i> (Kecerdasan) <p>Variabel terikat:</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Behavioral intention</i> (Niat Perilaku) <p>Variabel moderasi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Gender</i> (Jenis Kelamin) <i>Voluntariness of Use</i> (Kesukarelaan Penggunaan) <i>Experience</i> (Pengalaman) 	<ol style="list-style-type: none"> Perbedaan kecerdasan individu memainkan peran penting terhadap kesediaan mahasiswa dalam menerima <i>e-learning</i> Niat menggunakan <i>e-learning</i> dan kesukarelaan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan dengan taraf signifikansi 1%, sedangkan ekspetasi kinerja memiliki pengaruh signifikan dengan taraf signifikansi 5% Ekspetasi usaha, kondisi memfasilitasi dan jenis kelamin memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perilaku penggunaan dengan taraf signifikansi 10%

			<p>4. Kecerdasan dan ekspektasi kinerja memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku dengan taraf signifikansi 1%</p> <p>5. Pengaruh sosial dan jenis kelamin memiliki pengaruh signifikan dengan taraf signifikansi 5%</p>
(Marlina Saragih Y, Setiawan Panjaitan E, Yunis R, 2023) [74]	Peran Interaktivitas dalam Penggunaan E-learning: Perluasan Model UTAUT	<p>Variabel bebas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Performance Expectancy</i> (Ekspektasi Kinerja) <i>Effort Expectancy</i> (Ekspektasi Usaha) <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Memfasilitasi) <i>Interactivity</i> (Interaktivitas) <p>Variabel terikat:</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Behavioral intention</i> (Niat Perilaku) <i>Use Behavior</i> (Perilaku Penggunaan) <p>Variabel moderasi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Gender</i> (Jenis Kelamin) 	<ol style="list-style-type: none"> Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan interaktivitas memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku Niat perilaku berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan Microsoft Teams Kondisi fasilitas tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan Microsoft Teams

		<p>2. <i>Voluntariness of Use</i> (Kesukarelaan Penggunaan)</p> <p>3. <i>Experience</i> (Pengalaman)</p>	
(Alexopoulos C, Saxena S, 2023) [51]	<i>Moderating effects of gender, perceived importance and usage experience towards Open Government Data (OGD) adoption and usage</i>	<p>Variabel bebas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance Expectancy</i> (Ekspetasi Kinerja) 2. <i>Effort Expectancy</i> (Ekspetasi Usaha) 3. <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) 4. <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Memfasilitasi) 5. <i>Voluntariness of Use</i> (Kesukarelaan Penggunaan) 6. <i>System Quality</i> (Kualitas Sistem) 7. <i>Information Quality</i> (Kualitas Informasi) 8. <i>Data Quality</i> (Kualitas Data) 9. <i>Trust</i> (Kepercayaan) <p>Variabel terikat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Behavioral intention</i> (Niat Perilaku) 2. <i>Use Behavior</i> (Perilaku Penggunaan) <p>Variabel moderasi:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis kelamin mempengaruhi hubungan kualitas informasi dan persepsi kepentingan terhadap niat perilaku dan perilaku penggunaan 2. Jenis kelamin dan pengalaman penggunaan mempengaruhi hubungan kualitas sistem dan ekspetasi usaha terhadap niat perilaku dan perilaku penggunaan 3. Persepsi kepentingan mempengaruhi hubungan kualitas informasi dan ekspetasi kinerja terhadap niat perilaku 4. Pengalaman penggunaan tidak berpengaruh terhadap hubungan ekspektasi kinerja dengan niat perilaku

		<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Gender</i> (Jenis Kelamin) 2. <i>Perceived Importance</i> (Persepsi Kepentingan) 3. <i>Usage Experience</i> (Pengalaman Penggunaan) 	
(Shihan Izkair A, Muhammad Modi Lakulu, 2023) [52]	The Moderating Effects of Gender on Factors Affecting The Intention To Use Mobile Learning	<p>Variabel bebas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance Expectancy</i> (Ekspetasi Kinerja) 2. <i>Effort Expectancy</i> (Ekspetasi Usaha) 3. <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) 4. <i>Quality of Service</i> (Kualitas Pelayanan) 5. <i>Perceived Enjoyment</i> (Persepsi Kenyamanan) 6. <i>Self-Efficacy</i> (Keyakinan Diri) <p>Variabel terikat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Intention to Use</i> (Niat Penggunaan) 2. <i>Actual Use</i> (Penggunaan nyata) <p>Variabel moderasi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Gender</i> (Jenis Kelamin) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis kelamin mempengaruhi hubungan ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, dan pengaruh sosial terhadap niat penggunaan 2. Persepsi kenyamanan, ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, keyakinan diri berpengaruh terhadap niat penggunaan 3. Niat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan nyata
(Margahana H, Garaika, 2019) [58]	<i>The Influence of Credibility and Voluntariness</i>	<p>Variabel bebas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance Expectancy</i> (Ekspetasi Kinerja) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. persepsi keinginan memiliki pengaruh terhadap kredibilitas sebesar

	<i>Toward technological use behaviour: Entrepreneurial potential Model approach</i>	<p>2. <i>Perceived desirability</i> (persepsi keinginan)</p> <p>Variabel terikat:</p> <p>1. <i>credibility</i> (kredibilitas)</p> <p>2. <i>voluntariness</i> (Kesukarelaan)</p> <p>3. <i>Use Behavior</i> (Perilaku Penggunaan)</p>	<p>27%, sedangkan ekspetasi kinerja memiliki pengaruh positif sebesar 20%</p> <p>2. kredibilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan sebesar 52%</p> <p>3. ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif terhadap kesukarelaan sebesar 13%, sedangkan kesukarelaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan sebesar 33%</p>
(Sulaeman, Yuyu Ninglasari S, 2020) [38]	<i>An Empirical Examination of Factors Influencing the Behavioral intention to Use Zakat-Based Crowdfundin g Platform Model for Countering the Adverse</i>	<p>Variabel bebas:</p> <p>1. <i>Performance Expectancy</i> (Ekspetasi Kinerja)</p> <p>2. <i>Effort Expectancy</i> (Ekspetasi Usaha)</p> <p>3. <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial)</p> <p>4. <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Memfasilitasi)</p> <p>Variabel terikat:</p>	<p>Ekspetasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial merupakan variabel utama dan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap niat untuk menggunakan model platform <i>crowdfunding</i></p>

	<i>Impact of COVID-19 on MSMEs in Indonesia</i>	1. <i>Behavioral intention To Use</i> (Niat Perilaku untuk Menggunakan)	
(Adilah Maharani A, Widiastuti T, 2023) [46]	<i>Determinants of Crowdfunder Intention on Using The Crowdfundin g-Waqf Model: A Case Study of Kitabisa.Com Applications</i>	Variabel bebas: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance Expectancy</i> (Ekspetasi Kinerja) 2. <i>Effort Expectancy</i> (Ekspetasi Usaha) 3. <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) 4. <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Memfasilitasi) 5. <i>Headonic Motivation</i> (Motivasi Hedonik) 6. <i>Price Value</i> (Nilai Harga) 7. <i>Habit</i> (Kebiasaan) Variabel terikat: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Behavioral intention To Use</i> (Niat Perilaku untuk Menggunakan) 	Ekspetasi usaha dan kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan platform <i>crowdfunding</i> Kitabisa.com
(Khalid K, Ismail R, Elmy Mat Jizat J, 2023) [48]	<i>Teachers and Crowdsourcin g Platform: Using UTAUT to Examine Behaviour Intention and</i>	Variabel bebas: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance Expectancy</i> (Ekspetasi Kinerja) 2. <i>Effort Expectancy</i> (Ekspetasi Usaha) 3. <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Memfasilitasi) 	1. Ekspetasi kinerja, ekspektasi usaha dan Kondisi Memfasilitasi memiliki pengaruh kuat terhadap niat menggunakan platform <i>crowdfunding</i> krumun.org

	<i>Use Behaviour</i>	Variabel terikat: 1. <i>Behavioral intention</i> (Niat Perilaku) 2. <i>Use Behavior</i> (Perilaku Penggunaan)	2. Niat perilaku hanya memiliki pengaruh kecil terhadap perilaku penggunaan platform <i>crowdfunding</i> krumun.org sebesar 4%
(Almuntaha E, Rahmawati N, M. Basyarudin A, B. Kurniawan E, 2023) [50]	<i>The Effect Of Technology Characteristics In The Continued Use Of Charity Crowdfunding Platforms Through Trust And User Satisfaction</i>	Variabel bebas: 1. <i>Technology Characteristics</i> (Karakteristik Teknologi) a. <i>Usefulness</i> (Kegunaan) b. <i>Complexity</i> (Kerumitan) c. <i>Reliability</i> (Keandalan) d. <i>Presenteeism</i> e. <i>Anonymity</i> (Anonimitas) f. <i>The Pace Of Change</i> (Kecepatan Perubahan) Variabel terikat: 1. <i>Trust</i> (Kepercayaan) 2. <i>Satisfaction</i> (Kepuasan) 3. <i>Continued Use</i> (Penggunaan Keberlanjutan)	1. kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan terhadap platform <i>crowdfunding</i> 2. kepuasan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap keberlangsungan penggunaan aplikasi platform <i>crowdfunding</i> 3. Anonimitas mempengaruhi kepercayaan pengguna aplikasi platform <i>crowdfunding</i> sedangkan keandalan mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan pengguna aplikasi platform <i>crowdfunding</i>

<p>(Nasten Sinaga J, 2023) [75]</p>	<p>MENGUJI PENGARUH VARIABEL KEINGINTAHUAN DALAM PENGGUNAAN APLIKASI CHATGPT DENGAN MODEL UTAUT2</p>	<p>Variabel bebas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance Expectancy</i> (Ekspetasi Kinerja) 2. <i>Effort Expectancy</i> (Ekspetasi Usaha) 3. <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) 4. <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Memfasilitasi) 5. <i>Motivation Hedonic</i> (Motivasi Hedonik) 6. <i>Price Value</i> (Nilai Harga) 7. <i>Habit</i> (Kebiasaan) 8. <i>Curiosity</i> (Keingintahuan) <p>Variabel terikat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Behavioral intention</i> (Niat Perilaku) 2. <i>Use Behavior</i> (Perilaku Penggunaan) <p>Variabel moderasi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Age</i> (Usia) 2. <i>Gender</i> (Jenis Kelamin) 3. <i>Experience</i> (Pengalaman) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. motivasi hedonik, kebiasaan dan keingintahuan berpengaruh positif terhadap niat perilaku 2. kondisi fasilitas dan niat perilaku berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan ChatGPT di Universitas Mikroskil
-------------------------------------	--	--	---

2.5 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka dapat dibuatkan hipotesis yang menggambarkan dugaan masalah yang akan diuji dalam penelitian ini.

2.5.1 Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Ekspetasi Kinerja atau *Performance Expectancy* didefinisikan sebagai keyakinan individu bahwa penggunaan sistem akan membantu mereka mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan. Menurut studi, ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat penggunaan platform *crowdfunding* [36]. Selain itu, semakin tinggi ekspektasi kinerja seseorang terhadap platform *crowdfunding*, semakin tinggi juga niat penggunaan platform *crowdfunding* [38]. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Ekspetasi Kinerja berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

2.5.2 Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Ekspetasi Usaha atau *Effort Expectancy* didefinisikan sebagai keyakinan individu bahwa penggunaan sistem mudah dioperasikan dan tidak memerlukan banyak usaha. Menurut studi, ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat penggunaan platform *crowdfunding*. Hal ini membuktikan bahwa semakin mudah pengoperasian / penggunaan platform *crowdfunding*, semakin tinggi niat penggunaan platform tersebut [28]. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂: Ekspetasi Usaha berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

2.5.3 Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Pengaruh Sosial atau *Social Influence* mengacu pada sejauh mana individu merasakan bahwa seseorang yang dianggap penting percaya bahwa individu tersebut harus menggunakan sistem baru. Menurut studi, pengaruh sosial juga berpengaruh positif terhadap niat penggunaan platform *crowdfunding* [36]. Hal ini juga dibuktikan dengan sebuah hasil studi yaitu seseorang akan menggunakan platform yang direkomendasikan oleh teman atau keluarga mereka [38]. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃: Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

2.5.4 Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Use Behavior*

Kondisi Memfasilitasi atau *Facilitating Conditions* mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem. Menurut studi, kondisi memfasilitasi tidak mempengaruhi niat menggunakan platform *crowdfunding* [36], [38]. Sebaliknya studi lain menyimpulkan bahwa adanya pengaruh positif terhadap hubungan diatas [42], [43]. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄: Kondisi Memfasilitasi berpengaruh positif terhadap Perilaku Penggunaan platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

2.5.5 Pengaruh *Information Seeking Behavior* terhadap *Behavioral Intention*

Information Seeking Behavior merupakan seluruh kegiatan seseorang atau sekelompok orang dalam mencari, menemukan, dan menggunakan segala informasi. Pencarian informasi dipicu ketika seseorang menyadari akan kebutuhan informasinya lalu individu tersebut akan melakukan berbagai cara untuk menemukan sumber informasi yang dicari agar dapat membantu dalam menyelesaikan permasalahan, lalu informasi tersebut akan diimplementasikan melalui tindakan [60], [61]. Informasi merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi seseorang untuk berdonasi [12] dan tindakan pencarian informasi tersebut disebut dengan *information seeking behavior* [14], di mana pendonor akan mencari informasi yang relevan sebelum membuat keputusan donasi [68]. Dalam platform donation-based *crowdfunding*, pencarian informasi mencakup detail-detail dari proyek yang diusulkan, seperti tujuan proyek, transparansi penggunaan dana, riwayat pengelola proyek, serta dampak yang diharapkan dari donasi tersebut [69], [70]. Menurut studi, pengadaan informasi dapat meningkatkan niat untuk berdonasi [71]. Sejalan dengan itu, penelitian lain berpendapat bahwa perilaku pencarian informasi dapat meningkatkan niat menggunakan platform *crowdfunding* [17], [72]. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₅: *information seeking behavior* berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

2.5.6 Pengaruh *Behavioral intention* terhadap *Use Behavior*

Niat Perilaku atau *Behavioral intention* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan teknologi [44]. *Behavioral intention* mengacu terhadap kesediaan individu untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem [45]. Konsep *behavioral*

intention dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti manfaat yang diharapkan dari penggunaan teknologi, pengaruh sosial, motivasi hedonik, serta kondisi memfasilitasi yang secara signifikan mempengaruhi niat perilaku [44]. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa *Behavioral intention* berperan penting dalam mendorong perilaku penggunaan teknologi, termasuk dalam konteks penggunaan platform *crowdfunding* [36], [46], [47]. Semakin tinggi tingkat niat pengguna untuk menggunakan platform *crowdfunding*, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan teknologi tersebut secara aktif [36]. Berdasarkan pemahaman tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₆: Niat Perilaku berpengaruh positif terhadap Perilaku Penggunaan platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

2.5.7 Pengaruh Variabel Moderasi Gender

Jenis Kelamin atau *Gender* merupakan variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen dalam model UTAUT [20]. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa jenis kelamin dapat bertindak sebagai variabel moderasi seperti penelitian tentang adopsi *Open Government Data* (OGD) [51] dan niat dalam menggunakan *mobile learning* [52]. Penelitian dari Venkatesh juga menunjukkan bahwa gender pria memoderasi lebih kuat hubungan antara ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku. Sementara itu, gender wanita memoderasi lebih kuat hubungan antara ekspektasi usaha dan pengaruh sosial terhadap niat perilaku [20]. Meskipun begitu, ada juga penelitian yang menunjukkan bahwa variabel *gender* tidak secara signifikan memoderasi hubungan antar variabel seperti penelitian tentang adopsi aplikasi PeduliLindungi selama pandemi COVID-19 di Indonesia [53]. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_{7a}: Jenis Kelamin pria memoderasi lebih kuat hubungan antara Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

H_{7b}: Jenis Kelamin wanita memoderasi lebih kuat hubungan antara Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

H_{7c}: Jenis Kelamin wanita memoderasi lebih kuat hubungan antara Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

2.5.8 Pengaruh Variabel Moderasi *Age*

Usia atau *Age* merupakan variabel moderasi dalam model UTAUT [11]. usia dapat bertindak sebagai variabel moderasi seperti penelitian tentang penerimaan teknologi *e-HRM* [54]. Penelitian dari Venkatesh menerangkan lebih lanjut bahwa kelompok orang dengan usia lebih muda memoderasi lebih kuat hubungan antara ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku. Sedangkan, kelompok orang dengan usia lebih tua memoderasi lebih kuat hubungan antara ekspektasi usaha dan pengaruh sosial terhadap niat perilaku. Sementara itu, hubungan antara kondisi memfasilitasi terhadap perilaku penggunaan dimoderasi lebih kuat oleh kelompok orang dengan usia lebih tua [20]. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_{8a}: Usia yang lebih muda memoderasi lebih kuat hubungan antara Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

H_{8b}: Usia yang lebih tua memoderasi lebih kuat hubungan antara Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

H_{8c}: Usia yang lebih tua memoderasi lebih kuat hubungan antara Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

H_{8d}: Usia yang lebih tua memoderasi lebih kuat hubungan antara Kondisi Memfasilitasi terhadap Perilaku Penggunaan platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

2.5.9 Pengaruh Variabel Moderasi *Experience*

Pengalaman atau *Experience* mengacu pada durasi pengguna berinteraksi dengan sistem [55]. Pengalaman merujuk keakraban pengguna dan interaksi dengan teknologi informasi [56]. Pengalaman dapat diartikan sebagai bentuk pengetahuan yang telah menggunakan teknologi informasi. Menurut Ajzen & Fishbein (1980), Pengalaman akan menunjukkan hubungan korelasi yang kuat antara intensitas dan perilaku penggunaannya pada pengguna yang berpengalaman dan tidak berpengalaman [57]. Penelitian dari Venkatesh menerangkan lebih lanjut bahwa kelompok orang dengan pengalaman yang lebih sedikit memoderasi lebih kuat hubungan antara ekspektasi usaha dan pengaruh sosial terhadap niat perilaku. Sementara itu, hubungan antara kondisi memfasilitasi terhadap perilaku penggunaan dimoderasi lebih kuat oleh kelompok orang dengan pengalaman yang lebih banyak [20]. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_{9a}: Pengalaman yang lebih sedikit memoderasi lebih kuat hubungan Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

H_{9b}: Pengalaman yang lebih sedikit memoderasi lebih kuat hubungan Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

H_{9c}: Pengalaman yang lebih banyak memoderasi lebih kuat hubungan Kondisi Memfasilitasi terhadap Perilaku Penggunaan platform *crowdfunding* pada komunitas relawan Medan.

