SKRIPSI

STUDI EKSPERIMENTAL PADA PENGARUH INFORMASI SOSIAL, KEAMANAN KEUANGAN, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU DONASI *ONLINE*

SILVY KHUMAIROTUL AZIZAH
NRP. 09111640000017

DOSEN PEMBIMBING:
AANG KUNAIFI, SE., MSA.AK

DOSEN KO-PEMBIMBING:
NINDITYA NARESWARI, M.Sc

DEPARTEMEN MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2020

SKRIPSI

STUDI EKSPERIMENTAL PADA PENGARUH INFORMASI SOSIAL, KEAMANAN KEUANGAN, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU DONASI *ONLINE*

SILVY KHUMAIROTUL AZIZAH
NRP. 09111640000017

DOSEN PEMBIMBING:
AANG KUNAIFI, SE., MSA.AK

DOSEN KO-PEMBIMBING:
NINDITYA NARESWARI, M.Sc

DEPARTEMEN MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2020

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

UNDERGRADUATE THESIS

AN EXPERIMENTAL STUDY ON THE EFFECT OF SOCIAL INFORMATION, FINANCIAL SECURITY, AND RELIGIOSITY IN ONLINE DONATIONS BEHAVIOR

SILVY KHUMAIROTUL AZIZAH
NRP. 09111640000017

SUPERVISOR:
AANG KUNAIFI, SE., MSA., Ak

CO-SUPERVISOR:
NINDITYA NARESWARI, S.M, M.Sc

DEPARTEMENT OF BUSINESS MANAGEMENT
FACULTY OF CREATIVE DESIGN DAN DIGITAL BUSINESS
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2020

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LEMBAR PENGESAHAN

STUDI EKSPERIMENTAL PADA PENGARUH INFORMASI SOSIAL, KEAMANAN KEUANGAN, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU DONASI *ONLINE*

Oleh :

Silvy Khumairotul Azizah
NRP 09111640000017

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Pada

Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis
Departemen Manajemen Bisnis
Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Tanggal Ujian : 16 Juli 2020

Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing Skripsi

Pembimbing	Ko-Pembimbing
Aang Kunaifi, SE., MSA., Ak	**Ninditya Nareswari, S.M, M.Sc**
NIP. 198707102015041003	**NIP. 1993202012018**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL DEPARTEMEN MANAJEMEN BISNIS

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

Seluruh tulisan yang tercantum pada skripsi ini merupakan hasil karya penulis sendiri, dengan isi dan konten yang sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Penulis bersedia menanggung segala tuntutan dan konsekuensi jika di kemudian hari terdapat pihak yang merasa dirugikan, baik secara pribadi maupun hukum.

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi skripsi ini tanpa mencantumkan sumbernya. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh skripsi ini dalam bentuk apa pun tanpa izin penulis.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

STUDI EKSPERIMENTAL PADA PENGARUH INFORMASI SOSIAL, KEAMANAN KEUANGAN, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU DONASI *ONLINE*

ABSTRAK

Charities Aid Foundation menobatkan Indonesia sebagai negara paling dermawan di dunia, karena indeks memberinya menempati urutan pertama pada tahun 2018. Donasi di Indonesia mengalami revolusi dan platform donasi *online* banyak bermunculan. Tren ini sesuai dengan perilaku generasi milenial yang menganggap internet adalah segalanya. Sayangnya, hanya 2,7% di antara generasi milenial yang pernah berpartisipasi dalam donasi *online*. Oleh karena itu, penelitian ini ingin menguji pengaruh informasi sosial, keamanan keuangan, dan religiusitas terhadap perilaku donasi *online* generasi milenial. Studi eksperimen *online* yang dibantu dengan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Studi eksperimen ini merupakan eksperimen semu, karena tidak semua variabel bisa dimanipulasi. Pada penelitian ini, variabel yang dimanipulasi adalah informasi sosial atau informasi mengenai nominal donasi orang lain, sedangkan variabel lainnya yaitu keamanan keuangan dan religiusitas akan diukur menggunakan kuesioner. Desain manipulasi eksperimen menggunakan desain grup kontrol dengan purna uji. Tujuan menggunakan desain tersebut yaitu untuk melihat perbedaan perilaku donasi pada grup perlakuan (diberi informasi sosial) dan grup kontrol (tidak diberi informasi sosial). Responden pada penelitian ini sebanyak 431 orang. Analisis deskriptif dan uji asumsi klasik dilakukan setelah data terkumpul. Kemudian, uji beda Mann-Whitney U digunakan untuk menguji perbedaan perilaku donasi antara grup perlakuan dan grup kontrol. Selain itu, analisis regresi *robust* digunakan untuk menguji pengaruh keamanan keuangan dan religiusitas terhadap perilaku donasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi sosial menimbulkan perbedaan perilaku donasi pada generasi milenial. Informasi sosial yang ditampilkan menarik seseorang untuk turut berdonasi, tetapi donasi yang dilakukannya juga cenderung mengikuti rata-rata donasi orang lain. Temuan lain pada penelitian ini yaitu keamanan keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku donasi. Perilaku donasi generasi milenial lebih dipengaruhi oleh motivasi pribadinya. Perilaku donasi generasi milenial juga tidak dipengaruhi secara signifikan oleh religiusitas mereka. Hal tersebut disebabkan oleh keagamaan di Indonesia yang masih dipengaruhi oleh norma sosial, sehingga tidak semua orang mempunyai komitmen yang sama dalam menaati perintah agama termasuk perintah untuk berdonasi. Dengan hasil tersebut, lembaga penghimpun donasi yang ingin membuka donasi melalui situsnya dapat menampilkan informasi sosial untuk menarik donatur dan menambah kepercayaan.

Kata kunci: Informasi Sosial, Keamanan Keuangan, Religiusitas, Perilaku Donasi

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

AN EXPERIMENTAL STUDY ON THE EFFECT OF SOCIAL INFORMATION, FINANCIAL SECURITY, AND RELIGIOSITY IN ONLINE DONATIONS BEHAVIOR

ABSTRACT

Charities Aid Foundation named Indonesia the most generous country in the world, because the index gave it the first place in 2018. Donations in Indonesia are growing and many online donation platforms now are exist. This trend is consistent with the behavior of millennials who think the internet is everything. Unfortunately, only 2.7% of millennials have participated in online donations. Therefore, this study wants to examine the influence of social information, financial security, and religiosity on millennial generation online donation behavior. Online experimental studies assisted by questionnaires will be used to collect research data. This experimental study is a quasi experiment, because not all variables can be manipulated. In this study, the manipulated variable is social information or information about the nominal donations of others, while other variables namely financial security and religiosity will be measured using a questionnaire. The experimental manipulation design uses a control group with post-test design. The purpose of using this design is to see the difference in donation behavior in the treatment group (given social information) and the control group (not given social information). The respondents in this study are 431 people. Descriptive analysis and a classic assumption test are performed after the data has been collected. Then, the Mann-Whitney U difference test was used to test the differences in donation behavior between the treatment and control groups. In addition, robust regression analysis is used to examine the effect of financial security and religiosity on donation behavior. The results showed that social information causes differences in the behavior of donations in millennials. The social information displayed attracts people to donate, but the donations they make also tend to follow the average donations of others. Another finding in this study is that financial security does not significantly influence donation behavior. Millennial generation donation behavior is more influenced by personal motivation. Millennial generation donation behavior is also not significantly influenced by their religiosity. This is caused by religion in Indonesia which is still influenced by social norms, so that not everyone has the same commitment in obeying religious orders including orders to donate. With these results, donation collection agencies who want to open donations through their website can display social information to attract donors and increase trust.

Keywords: Social Information, Financial Security, Religiosity, Donations Behavior

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT, karena atas segala rahmat-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul "Studi Eksperimental pada Pengaruh Informasi Sosial, Keamanan Keuangan, dan Religiusitas Terhadap Perilaku Donasi *Online*" dengan tepat waktu. Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Kedua orang tua yang selalu memberi motivasi dan mengiringi penelitian ini dengan doa.
2. Bapak Imam Baihaqi S.T., M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Creabiz dan Dosen Wali yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama 4 tahun belajar di Departemen Manajemen Bisnis.
3. Ibu Dr.oec.HSG. Syarifa Hanoum, S.T, M.T. selaku Kepala Departemen Manajemen Bisnis ITS dan Bapak Berto Mulia Wibawa S.Pi., MM. selaku Sekretaris Departemen Manajemen Bisnis yang selalu memberikan dukungan kepada mahasiswa Manajemen Bisnis ITS.
4. Bapak Aang Kunaifi, SE., MSA., AK., CA., CFP, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah memberikan motivasi, saran, serta kritik yang bermanfaat selama penelitian berlangsung.
5. Ibu Ninditya Nareswari M.Sc, selaku dosen ko-pembimbing yang memberikan bimbingan dan arahan yang bermanfaat bagi penulis selama penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen tim pengajar serta staf Departemen Manajemen Bisnis ITS yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalamannya, serta membantu kelancaran proses administrasi.
7. Keluarga Manajemen Bisnis ITS, terutama keluarga Umbra, yang telah banyak membantu, memotivasi, dan memberikan banyak cerita selama perkuliahan hingga lulus dari Departemen Manajemen Bisnis.
8. Ulul, Reza Ayu, dan Halimah, yang selalu memberikan saran dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.

9. Ribka, Hanif, Fadin, Tara, Tita, Cicit, Ria, Andri, Vivi, Ling-ling, Debby, Maulida, Zenda, Isfina, Rani, dan teman-teman seperjuangan lain yang saling memberi semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Ustadz Makenun, Ustadzah Latifah, Ustadzah Anisa, Mbak Cindy, Mbak Nikmah, dan seluruh pengurus Ma'had Ahlul Qur'an yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Teman-teman Ma'had Ahlul Qur'an, terutama Ma'had Ahlul Qur'an Tsani yang tidak bosan-bosan mendorong dan mendukung penulis menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan, yang telah membantu pelaksanaan penelitian dan pengerjaan skripsi ini.

Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca mengenai perilaku donasi *online.* Penelitian ini sangat jauh dari kata sempurna, sehingga saran dan kritik dari berbagai pihak sangat diperlukan.

Surabaya, 18 Maret 2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR TABEL ..... **xvii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Kontribusi Penelitian 6
1.4.1 Kontribusi Teori 6
1.4.2 Kontribusi Praktik 7
1.4.3 Kontribusi Kebijakan 7
1.5 Batasan Penelitian 7
1.6 Sistematika Penelitian 7
BAB II KAJIAN PUSTAKA **9**
2.1 Informasi Sosial 9
2.2 Keamanan Keuangan 9
2.3 Religiusitas 10
2.4 *Theory of Conditional Cooperation* (Teori Kerjasama Kondisional) 10
2.5 *Supernatural Punishment Hypothesis* 11
2.6 Pemicu Donasi 12
2.7 Perumusan Hipotesis 12
2.4.1 Pengaruh Informasi Sosial Terhadap Perilaku Donasi 12
2.4.2 Pengaruh Keamanan Keuangan Terhadap Perilaku Donasi 14
2.4.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Donasi 14
2.8 Penelitian Terdahulu 15

2.9 *Research Gap* 15
BAB III METODE PENELITIAN **19**
3.1 Lini Masa Penelitian 19
3.2 Bagan Alir Penelitian 19
3.3 Desain Penelitian 21
3.2.1 Jenis Penelitian 21
3.2.2 Jenis Data 22
3.2.3 Model Penelitian 22
3.2.4 Definisi Operasi 23
3.4 Metode Pengumpulan Data 27
3.4.1 Teknik Eksperimen 28
3.4.2 Instrumen Kuesioner 31
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data 32
3.5.1 Analisis Deskriptif 32
3.5.2 Uji Asumsi 32
3.5.3 Analisis Faktor 34
3.5.4 Uji Hipotesis 35
BAB IV ANALISIS DAN DISKUSI **39**
4.1 Pengumpulan Data 39
4.1.1 Pilot Test 39
4.1.2 Penyebaran Kuesioner 41
4.2 Pemeriksaan Manipulasi 42
4.3 Analisis Deskriptif 42
4.3.1 Analisis Demografi 43
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Indikator 45
4.4 Analisis Faktor 46
4.5 Uji Asumsi 48
4.5.1 Uji Outliers 49
4.5.2 Uji Normalitas 49
4.5.3 Uji Homogenitas 49
4.6 Uji Hipotesis 49
4.6.1 Mann-Whitney U-test 50
4.6.2 Analisis Regresi *Robust* 50

4.7 Pembahasan 52
4.7.1 Pengaruh Informasi Sosial terhadap Perilaku Donasi 53
4.7.2 Pengaruh Keamanan Keuangan terhadap Perilaku Donasi 54
4.7.3 Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Donasi 56
4.7.4 Implikasi Manajerial 58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 59
5.1 Kesimpulan 59
5.2 Saran 60
5.3 Keterbatasan Penelitian 60
DAFTAR PUSTAKA 61
LAMPIRAN 67
BIODATA PENULIS 75

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Donasi Online Melalui Kitabisa.com 3
Gambar 1. 2 Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Umur..... 4
Gambar 3. 1 Bagan Alir Penelitian 20
Gambar 3. 2 Model Penelitian 22
Gambar 4. 1 Penyusunan Instrumen Eksperimen 71
Gambar 4. 2 Penyusunan Instrumen Kuesioner dan Eksperimen 71
Gambar 4. 3 Robust Regression MM-Estimation 72
Gambar 4. 4 Robust Regression M-Estimation 72
Gambar 4. 5 Regresi OLS 73

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Negara-negara dan Peringkatnya pada *CAF World Giving Index* 2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 17
Tabel 3. 1 Lini Masa Penelitian 19
Tabel 3. 2 Jenis Data Penelitian 22
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel 24
Tabel 3. 4 Hipotesis Mann-Whitney U-test pada Perilaku Donasi 35
Tabel 4. 1 Uji Validitas Pengukuran Keamanan Keuangan 40
Tabel 4. 2 Uji Validitas Pengukuran Religiusitas 40
Tabel 4. 3 Data Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Manipulasi 42
Tabel 4. 4 Hasil Pemeriksaan Manipulasi 42
Tabel 4. 5 Analisis Demografi Responden 43
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Indikator 45
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Donasi Berdasarkan Kelompok Eksperimen 45
Tabel 4. 8 KMO and Bartlett's Test (Analisis Faktor 1) 46
Tabel 4. 9 Komunalitas (Analisis Faktor 1) 46
Tabel 4. 10 KMO and Bartlett's Test (Analisis Faktor 2) 47
Tabel 4. 11 Komunalitas (Analisis Faktor 2) 47
Tabel 4. 12 Total Variance Explained 48
Tabel 4. 13 Rotated Component Matrix 48
Tabel 4. 14 Data Pencilan berdasarkan Z-score 49
Tabel 4. 15 Mann Whitney U-Test 50
Tabel 4. 16 Hasil Regresi 50

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Ilustrasi Manipulasi dan Kuesioner (Kelompok Perlakuan)..... 67
Lampiran 2 Ilustrasi Manipulasi dan Kuesioner (Kelompok Kontrol) 69
Lampiran 3 Penyusunan Instrumen Penelitian menggunakan Psytoolkit 71
Lampiran 4 Hasil Regresi Penelitian 72

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB I
PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang fakta yang dijadikan latar belakang dari penelitian serta urgensi maupun kelayakan penelitian, rumusan permasalahan, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian yang diberikan, batasan penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

1.1 Latar Belakang

Dimensi sosial dalam ajaran semua agama diwujudkan salah satunya dengan berdonasi atau membantu orang lain yang membutuhkan. Berbagi kepada orang yang membutuhkan sering dikaitkan dengan istilah *fundraising*, *charitable giving*, *volunteerism*, dan *philantrophy*. Saat ini, filantropi yang terwujud melalui kegiatan berderma sedang berkembang pesat di Indonesia. Ratusan yayasan baru bermunculan untuk mewadahi keinginan orang-orang untuk berdonasi, mulai dari yayasan yang didirikan keluarga, perusahaan, yayasan berbasis keagamaan, dan lainnya. Pada tahun 2018, ada 200 yayasan berbasis keagamaan yang terdaftar secara resmi di Kementerian Agama, sedangkan ratusan yayasan lainnya masih menunggu diresmikan oleh Kementerian Agama (Intan, 2018). Angka tersebut baru menunjukkan yayasan penerima donasi berbasis keagamaan, belum yayasan penerima donasi yang tidak berbasis keagamaan.

Selain dilihat dari banyaknya yayasan, kedermawanan orang Indonesia juga terbukti melalui survei yang dilakukan oleh CAF (*Charities Aid Foundation*). Berdasarkan laporan *World Giving Index* tahun 2018 yang diterbitkan oleh CAF, Indonesia dinobatkan sebagai negara paling dermawan di seluruh dunia (Charities Aid Foundation, 2018). Hasil survei mengungkapkan 59% orang di Indonesia berpartisipasi dalam kegiatan berderma dan kebanyakan dari mereka lebih suka mendonasikan uang (Tabel 1.1). Jika diamati, negara-negara berkembang, seperti Kenya, Myanmar, dan Bahrain dengan PDB masing-masing $87,908 juta; $71,214 juta; dan $37,746 (World Bank Group, 2018) termasuk dalam 10 besar negara dengan indeks memberi yang tinggi. Di sisi lain, negara-negara maju seperti Brazil, India, dan Jepang dengan PDB masing-masing $1,868,626 juta; $2,718,732 juta; dan $4,971,323 juta (World Bank Group, 2018) memiliki indeks memberi yang

rendah sehingga masing-masing menduduki peringkat 122, 124, dan 128 (Tabel

Negara	Peringkat CAF *World Giving Index*	Skor CAF *World Giving Index* (%)	Membantu Orang Asing (%)	Mendonasikan uang (%)	Menjadi sukarelawan (%)
Indonesia	1	59	46	78	53
Australia	2	59	65	71	40
Selandia Baru	3	58	66	68	40
Amerika Serikat	4	58	72	61	39
Irlandia	5	56	64	64	40
Inggris	6	55	63	68	33
Singapura	7	54	67	58	39
Kenya	8	54	72	46	45
Myanmar	9	54	40	88	34
Bahrain	10	53	74	53	33
Brazil	122	23	43	14	13
Armenia	123	23	45	15	9
India	124	22	31	20	15
Czech Republic	125	22	26	21	19
Bulgaria	126	22	42	18	5
El Savador	127	22	39	10	15
Jepang	128	22	23	18	23

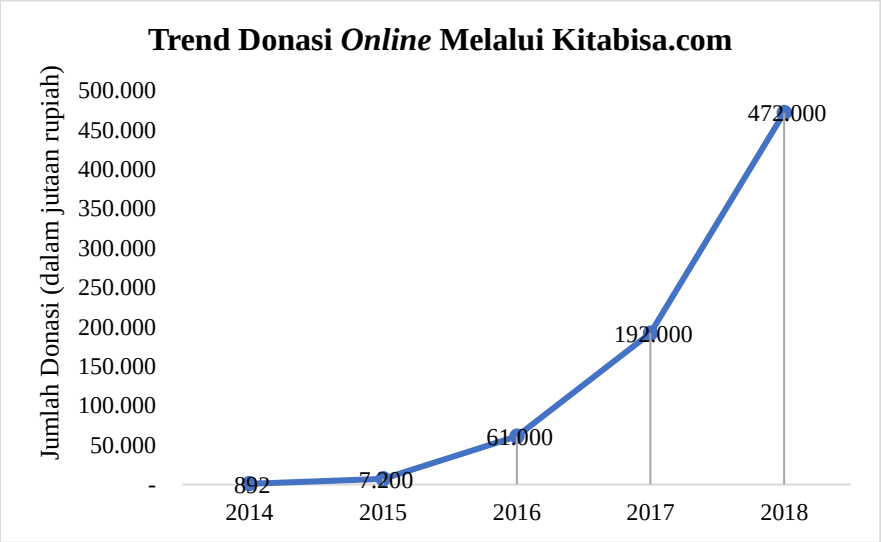
1.1). Hal ini menunjukkan bahwa sejahtera tidak menjadi parameter seseorang dermawan atau tidak, tetapi ada faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi perilaku donasi seseorang.

Tabel 1. 1 Negara-negara dan Peringkatnya pada *CAF World Giving Index*

Sumber: Survei *Charities Aid Foundation* 2018

Perkembangan donasi di Indonesia tersebut mengalami revolusi karena perkembangan teknologi yang semakin masif. Platform *online*, termasuk platform donasi *online*, semakin banyak bermunculan di era digital saat ini. Kekuatan platform *online* dalam menyelesaikan beragam aktivitas mampu menjadi alternatif kegiatan filantropi. Penggunaan platform *online* tidak hanya memudahkan lembaga filantropi untuk menjaring banyak donatur, tetapi juga digunakan untuk mengontrol dan mengevaluasi program lembaga filantropi (Prihadi, 2017). Salah satu platform donasi *online*, kitabisa.com, mengeluarkan laporan donasi *online* di Indonesia pada tahun 2018. Hasil survei menunjukkan bahwa pertumbuhan donasi *online* pada platformnya bergerak secara eksponensial dan bertumbuh sebesar 119% (Gambar 1.1). Platform mereka sudah mendanai 16.000 proyek kebaikan dan satu juta orang terlibat dalam proyek kebaikan tersebut (Kitabisa.com, 2018). Akses internet sangat memudahkan ajakan donasi tersebar luas dan cepat.

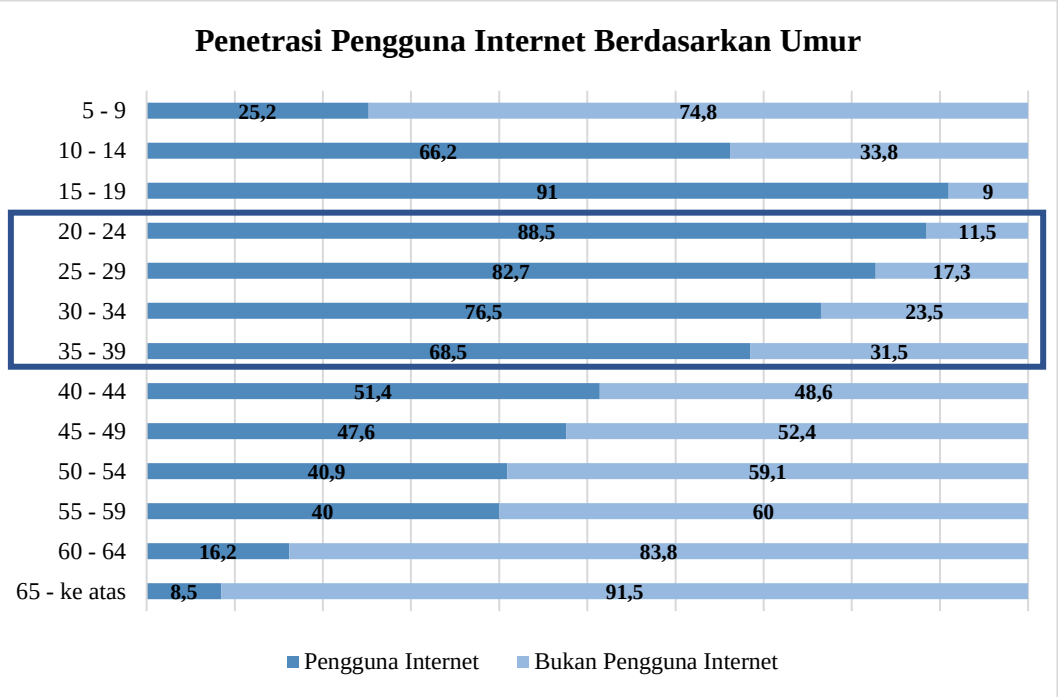
Contoh-contoh lain platform donasi *online* yang terpercaya adalah sharinghappiness.org (Rumah Zakat), ayopeduli.id, www.act.id (Aksi Cepat Tanggap), www.indorelawan.org, WeCare.id, siapapeduli.id, dan dompetdhuafa.org. Selain itu, platform uang elektronik saat ini juga mulai menyediakan fitur untuk berdonasi. Misalnya, Go-Pay bekerjasama dengan kitabisa.com, sehingga pemilik Go-Pay dapat menggunakan saldonya untuk berdonasi di kitabisa.com. Platform uang elektronik lain yang memiliki fitur untuk berdonasi adalah LinkAja. Fitur tersebut bernama LinkAja Berbagi yang bekerjasama dengan banyak lembaga donasi seperti Aksi Cepat Tanggap, Dompet Dhuafa, UGM Dana Abadi, dan lainnya. Dengan fitur tersebut, pengguna tidak perlu mengetikkan nomor rekening lembaga, tetapi bisa langsung melihat dan memilih daftar nama lembaga yang bisa wadah untuk mendonasikan uang.



Gambar 1. 1 Perkembangan Donasi Online Melalui Kitabisa.com
Sumber: Kitabisa.com, 2018

Tren donasi *online* tersebut sangat sesuai dengan perilaku generasi milenial. Ada 63 juta milenial atau penduduk usia 20-35 tahun berdasarkan data Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (IDN Research Institute, 2019). Salah satu perilaku generasi milenial adalah eratnya hubungan mereka dengan internet. Generasi milenial menganggap internet adalah segalanya, karena mereka bisa berhubungan dengan orang lain, menggali informasi apapun, mencari hiburan, berbelanja barang secara *online*, dan sebagainya (IDN Research Institute, 2019). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survei

mengenai pengguna internet di Indonesia dan hasilnya menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet dari kalangan milenial cukup mendominasi (gambar 1.2). Sayangnya, generasi milenial yang sangat erat dengan dunia *online* hanya 2,7% yang pernah berpartisipasi dalam donasi *online*, sedangkan 97,3% sisanya mengaku belum pernah berpartisipasi dalam donasi *online* (IDN Research Institute, 2019). Dalam laporan yang sama, disebutkan bahwa isu yang diangkat menjadi salah satu kunci untuk menarik simpati generasi milenial jika dilihat dari hasil dana yang digalang oleh platform donasi online. Peran *influencer* juga berperan penting dalam penggalangan dana donasi *online*. Pada situs *online* Kitabisa.com, galang dana yang dilakukan oleh Rachel Vennya, salah satu *influencer*, lebih cepat terpenuhi daripada galang dana yang dilakukan komunitas atau orang lain. Apabila dilihat dari sisi alokasi pendapatan, 58,89% milenial menyatakan hanya menjatahkan kurang dari 5% untuk sumbangan. Lalu, 24,9% milenial mengalokasikan 5-7% untuk sumbangan dan sisanya mengalokasikan pendapatan untuk sumbangan 15% per bulan untuk menyumbang (Purnamasari, 2018). Untuk itu, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku donasi *online* di kalangan generasi milenial perlu untuk diketahui.



Gambar 1. 2 Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Umur
Sumber: Survei AJPII 2018 (APJII, 2018)

Faktor pertama yang mempengaruhi perilaku donasi *online* adalah informasi sosial. Penelitian terdahulu menemukan bahwa informasi sosial yang memperlihatkan besaran donasi orang lain dapat mempengaruhi perilaku donasi seseorang (Frey & Meier, 2004; Croson & Shang, 2008; Shang & Croson, 2009; Smith, Windmeijer, & Wright, 2013). Di sisi lain, generasi milenial adalah generasi yang rasional dan konkrit, sehingga mereka tidak mudah dipengaruhi (Lazuardi, 2018). Generasi milenial terkenal bijaksana dalam menggunakan media sosial dan mereka tidak mudah berbagi informasi sebelum mengecek kebenarannya (IDN Research Institute, 2019). Sikap generasi milenial tersebut juga dapat terjadi pada informasi mengenai dana masuk. Sikap mereka yang tidak mudah terpengaruh tersebut dapat mempengaruhi perilaku donasi *online* mereka.

Keamanan keuangan merupakan faktor kedua yang mungkin mempengaruhi perilaku donasi generasi milenial. Pribadi yang memiliki rasa aman dan tidak mengkhawatirkan kondisi keuangannya akan lebih suka berdonasi (Awan et al., 2014; Wiepking & Breeze, 2011; Kasri, 2013). Survei yang dilakukan perusahaan Luno yang bekerjasama dengan Dahlia Research menunjukkan bahwa sekitar 69% generasi milenial belum memiliki strategi investasi (Ramli, 2019). Selain itu, generasi milenial juga terkenal dengan gayanya yang konsumtif. Generasi milenial Indonesia justru lebih banyak melakukan pinjaman dan belanja *online* daripada menabung dan menginvestasikan uangnya untuk masa depan (Syafina, 2019). Generasi milenial yang masih kesulitan mengelola keuangannya tentunya tidak memiliki rasa keamanan keuangan sehingga faktor ini mempengaruhi perilaku donasi *online* milenial yang masih rendah.

Faktor ketiga yang mempengaruhi perilaku donasi adalah religiusitas. Salah satu ajaran agama yang umum adalah konsep berbagi dan membantu sesama. Sebelum era digital, kesadaran beragama setiap individu cenderung muncul di fase *middle-aged crisis* (45-64 tahun) serta *later-life crisis* (60 tahun), seperti terlihat pada generasi *Baby Boomers* dan generasi X. Berbeda dengan generasi milenial, kesadaran beragama pada individu sudah berproses di usia muda karena informasi sangat mudah diakses di era digital (Triwijanarko, 2019). Pada penelitian sebelumnya, religiusitas mempengaruhi perilaku donasi secara positif (Noor et al., 2015; Schlegelmilch et al., 1997; Lwin et al., 2013; Kasri, 2013; Bekkers &

Wiepking, 2011; Awan & Hameed, 2014). Oleh karena itu, generasi milenial seharusnya memiliki perilaku donasi *online* yang tinggi karena kesadaran beragama mereka yang mulai terbentuk.

Latar belakang dan isu yang dijabarkan di atas menjadi alasan penelitian ini dilakukan. Penelitian dilakukan untuk menguji pengaruh informasi sosial, keamanan keuangan, dan religiusitas terhadap perilaku donasi *online* generasi milenial dengan judul "Studi Eksperimental pada Pengaruh Informasi sosial, Keamanan Keuangan, dan Religiusitas terhadap Perilaku Donasi *Online*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana informasi sosial mempengaruhi perbedaan perilaku donasi *online* generasi milenial?
2. Bagaimana pengaruh keamanan keuangan terhadap perilaku donasi *online* generasi milenial?
3. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap perilaku donasi *online* generasi milenial?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yang akan dicapai adalah sebagai berikut.

1. Menguji perbedaan informasi sosial terhadap perilaku donasi *online* generasi milenial.
2. Menguji pengaruh keamanan keuangan terhadap perilaku donasi *online* generasi milenial.
3. Menguji pengaruh religiusitas terhadap perilaku donasi *online* generasi milenial.

1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan kontribusi secara teori, praktik, dan kebijakan.

1.4.1 Kontribusi Teori

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku donasi dan faktor-faktor tersebut dibedakan berdasarkan demografi, sosio-ekonomi, psikografis, dan

motivasi atau karakteristik situasi. Penelitian ini akan menambah pustaka mengenai perilaku donasi dari sudut pandang psikografis.

1.4.2 Kontribusi Praktik

Dalam praktiknya, penelitian ini dapat menambah wawasan masyarakat Indonesia mengenai perilaku donasi dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

1.4.3 Kontribusi Kebijakan

Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi acuan mengenai potensi donasi masyarakat Indonesia, khususnya generasi milenial. Oleh karena itu, pemerintah dapat menentukan kebijakan-kebijakan tertentu yang dapat meningkatkan kinerja yayasan dan efektifitas penyaluran donasi.

Bagi yayasan atau lembaga donasi, penelitian ini dapat menjadi acuan yang digunakan untuk menarik lebih banyak lagi donasi dengan memanfaatkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku donasi seseorang.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Partisipan dalam penelitian ini adalah generasi milenial yaitu generasi dengan usia 20-35 tahun.
2. Studi eksperimen ini merupakan eksperimen *quasi*, karena tidak semua variabel yang diteliti dapat dimanipulasi. Variabel yang dapat dimanipulasi yaitu informasi sosial, sedangkan keamanan keuangan dan religiusitas akan diukur menggunakan pertanyaan-pertanyaan (kuesioner).
3. Studi eksperimen ini dilakukan secara *online* menggunakan desain grup kontrol dengan purna uji yaitu desain yang menggunakan grup kontrol sebagai pembanding untuk grup perlakuan yang diberi manipulasi.
4. Manipulasi yang diberikan adalah informasi sosial yaitu informasi berupa nominal donasi yang diberikan oleh orang lain.
5. Perilaku yang diamati adalah perilaku donasi pada situs *online* yang nama dan ilustrasinya dibuat sendiri.

1.6 Sistematika Penelitian

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai susunan penelitian yang dapat membantu pembaca dalam memahami dan menilai penelitian ini. Sistematika penulisan penelitian dibagi menjadi 5 bab sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan tentang fakta yang dijadikan latar belakang dari penelitian serta urgensi maupun kelayakan penelitian, rumusan permasalahan, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian yang diberikan, batasan penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II berisi pemaparan dasar teori dan studi literatur yang menjadi landasan dan pedoman dalam mengerjakan penelitian ini. Teori yang akan dijelaskan yaitu pengertian Informasi Sosial, pengertian Keamanan Keuangan, pengertian Religiusitas, Teori Kerjasama Kondisional, *Supernatural Punishment Hypothesis*, dan Pemicu Donasi. Perumusan hipotesis penelitian juga akan dijabarkan pada bab ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menyajikan metode yang digunakan dalam penelitian meliputi lini masa penelitian, bagan alir penelitian, desain penelitian, metode pengumpulan data yang terdiri atas teknik eksperimen dan instrumen kuesioner, serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN DISKUSI

Bab IV menjelaskan analisis hasil penelitian dimulai dari pengumpulan data, pemeriksaan manipulasi, analisis deskriptif, analisis faktor, uji hipotesis, dan pembahasan. Pada bab ini, hasil penelitian akan dibahas sesuai dengan teori-teori yang sudah dikumpulkan dari studi literatur dan sesuai dengan kondisi di Indonesia.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V, kesimpulan dan saran dijelaskan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini akan menjawab tujuan dari penelitian dan merangkum hasil penelitian.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi pemaparan dasar teori dan studi literatur yang menjadi landasan dan pedoman dalam mengerjakan penelitian ini. Teori yang akan dijelaskan yaitu pengertian Informasi Sosial, pengertian Keamanan Keuangan, pengertian Religiusitas, Teori Kerjasama Kondisional, *Supernatural Punishment Hypothesis*, dan Pemicu Donasi. Perumusan hipotesis penelitian juga akan dijabarkan pada bab ini.

2.1 Informasi Sosial

Informasi sosial adalah informasi mengenai apa yang orang lain lakukan, sehingga informasi sosial menunjukkan nominal donasi yang dilakukan oleh orang lain dalam konteks penelitian perilaku donasi (Shang & Croson, 2009). Dengan adanya informasi sosial, persepsi seseorang dipengaruhi oleh norma sosial yang menimbulkan pikiran "pantas atau tidak pantas", sehingga persepsi tersebut mempengaruhi perilaku donasi mereka. Pada penelitian ini, studi eksperimen akan dilakukan untuk melihat perbedaan perilaku donasi *online* yang ditimbulkan akibat adanya informasi sosial ini.

2.2 Keamanan Keuangan

Keamanan keuangan bisa diartikan sebagai rasa aman seseorang dari segi finansial. Seseorang dengan keamanan keuangan yang baik akan memiliki cukup uang untuk kebutuhan sehari-hari dan mempunyai sejumlah uang untuk berdonasi (Awan & Hameed, 2014). Ciri-ciri lain bahwa seseorang memiliki keamanan keuangan yang baik adalah ia memiliki cukup tabungan untuk kebutuhan yang mendadak dan mencapai tujuan keuangan masa depan (Quicken, 2020). Keamanan keuangan merupakan persepsi seseorang mengenai kondisi keuangannya dan persepsi ini sangat subjektif. Seseorang yang kaya dengan pendapatan besar dan aset yang banyak belum tentu memiliki perasaan aman, sedangkan seseorang dengan pendapatan standar bisa jadi memiliki persepsi keamanan keuangan ini. Seseorang yang memiliki keamanan keuangan berarti seseorang percaya dirinya akan mampu mencukupi standar kehidupan yang diinginkan pada masa depan, bahkan di saat ekonomi sedang memburuk (Schervish, Havens, & Whitaker, 2005).

2.3 Religiusitas

Religiusitas adalah tingkat konsepsi seseorang terhadap agama dan tingkat komitmen seseorang terhadap agamanya (Glock & Stark, 1966). Tingkat konseptualisasi adalah tingkat pengetahuan seseorang terhadap agamanya, sedangkan yang dimaksud dengan tingkat komitmen adalah sesuatu hal yang perlu dipahami secara menyeluruh, sehingga terdapat berbagai cara bagi individu untuk menjadi religius. Menurut Glock & Stark (1966), terdapat lima dimensi religiusitas, yaitu sebagai berikut:

1. Dimensi keyakinan, merupakan dimensi ideologis yang memberikan gambaran sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatis dari agamanya.
2. Dimensi peribadatan atau praktik agama, merupakan dimensi ritual, yakni sejauh mana seseorang menjalankan kewajiban-kewajiban ritual agamanya.
3. Dimensi pengamalan atau konsekuensi, menunjuk pada seberapa tingkatan seseorang berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain.
4. Dimensi pengetahuan, menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan seseorang terhadap ajaran-ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran-ajaran pokok dari agamanya, sebagaimana termuat dalam kitab sucinya.
5. Dimensi penghayatan, menunjuk pada seberapa jauh tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius.

Pada penelitian ini, dimensi religiusitas yang dimaksud yaitu terkait dengan dimensi peribadatan atau praktik agama dan dimensi pengetahuan. Donasi atau perilaku membantu lainnya merupakan perintah agama dan tercantum dalam kitab suci agama. Perilaku donasi terkait dengan seberapa patuh seseorang menjalankan salah satu perintah agama mereka untuk memberi dan membantu orang lain.

2.4 *Theory of Conditional Cooperation* (Teori Kerjasama Kondisional)

Banyak orang yang mau bekerja sama jika mereka meyakini orang-orang lain juga bekerjasama (Gächter, 2006). Teori kerjasama kondisional merupakan teori yang membahas perilaku tersebut. Teori kerjasama kondisional menyatakan

bahwa level donasi seseorang dipengaruhi oleh persepsi norma deskriptif sosial donatur. Informasi sosial di sini dapat mengubah persepsi norma deskriptif sosial donatur, sehingga mengubah juga perilaku donasi mereka (Croson, Handy, & Shang, 2014). Besar donasi meningkat, apabila seseorang mengetahui bahwa banyak orang lain yang melakukan donasi (Frey & Meier, 2004).

Teori Kerjasama Kondisional digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini karena informasi sosial atau informasi nominal donasi orang lain akan mempengaruhi perilaku donasi. Dengan adanya informasi sosial, seseorang akan mengikuti informasi yang dilihatnya dan perilaku donasi mereka bisa terpengaruhi. Misalnya pada situs donasi yang menampilkan banyak donasi orang lain akan menarik minat seseorang untuk berdonasi. Hal tersebut disebabkan oleh kepercayaan mereka bertambah pada situs tersebut karena melihat orang lain juga banyak berdonasi di sana. Level donasi seseorang saat melihat informasi sosial juga akan mengikuti rata-rata donasi yang dilakukan oleh orang lain. Perbedaan perilaku akibat adanya informasi sosial ini yang akan diukur pada penelitian ini dengan menggunakan studi eksperimen (menggunakan desain grup kontrol dengan purna uji yang akan dijelaskan pada bab selanjutnya).

2.5 *Supernatural Punishment Hypothesis*

Teori ini menyatakan ada pengamat gaib (Tuhan) yang mengawasi segala tingkah laku manusia dan mampu menghukum setiap kejahatan, sehingga mendorong manusia untuk tetap taat (Sari & Sholihin, 2019). Oleh karena itu, agama berpengaruh pada perilaku prososial berdasarkan *Supernatural Punishment Hypothesis*. Perilaku prososial adalah perilaku sosial yang menguntungkan orang lain, seperti membantu, berbagi, berdonasi, bekerjasama, dan melakukan tindakan sukarelawan (Brief & Motowidlo, 1986). Perilaku prososial juga perintah agama, sehingga orang dengan religiusitas tinggi akan semakin giat juga dalam membantu orang lain atau berdonasi. Sari & Sholihin (2019) menyatakan bahwa beberapa penelitian dahulu membuktikan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap sifat prososial atau perilaku membantu.

Supernatural Punishment Hypothesis digunakan sebagai landasan pada penelitian ini karena religiusitas tinggi tentunya akan membuat perilaku donasi seseorang tinggi. Teori ini sesuai dengan orang-orang Indonesia yang mayoritas

beragama, sehingga perilaku donasi mereka berdasarkan indeks memberi yang dikeluarkan oleh *Charities Aid Foundation* (2018) juga tinggi. Religiusitas ini akan diukur dan diuji pengaruhnya pada perilaku donasi pada penelitian ini.

2.6 Pemicu Donasi

Salah satu pemicu donasi adalah keamanan keuangan. Keamanan keuangan berarti seseorang percaya dirinya akan mampu mencukupi standar kehidupan yang diinginkan pada masa depan, bahkan di saat ekonomi sedang memburuk. Untuk orang-orang yang memiliki keamanan keuangan seperti itu, keputusan filantropi menjadi sangat berbeda (Schervish, Havens, & Whitaker, 2005). Pada literatur yang sama juga dijelaskan bahwa hasil survei yang dilakukan oleh Boston College Center in Wealth and Philanthropy (CWP) menunjukkan keamanan keuangan sangat mempengaruhi pemberian amal seseorang. Persepsi mengenai keamanan keuangan sangat subjektif dan beberapa orang menyatakan perasaan seolah-olah memiliki cukup kekayaan adalah kualifikasi yang lebih memungkinkan untuk memberi sumbangan meskipun sedikit pada awalnya (Barclays, 2009).

Temuan terdahulu yang menyatakan bahwa keamanan keuangan yang menjadi salah satu pemicu donasi ini dijadikan landasan pada penelitian ini karena kebanyakan milenial belum memiliki rasa keamanan keuangan. Banyak milenial belum memiliki literasi keuangan dengan baik dan belum mengetahui cara mengelola keuangan dengan baik. Oleh karena itu, keamanan keuangan ini yang menyebabkan perilaku donasi milenial rendah di Indonesia. Pada penelitian ini, temuan terdahulu tersebut akan dibuktikan dengan mengukur keamanan keuangan seseorang dan menguji pengaruhnya terhadap perilaku donasi mereka.

2.7 Perumusan Hipotesis

Variabel independen pada penelitian ini adalah informasi sosial, keamanan keuangan, dan religiusitas. Ketiga variabel tersebut akan diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu perilaku donasi secara logis, teoritis, dan empiris pada sub-bab ini.

2.4.1 Pengaruh Informasi Sosial Terhadap Perilaku Donasi

Hubungan mengenai keputusan seseorang dan keputusan yang diambil oleh orang lain menjadi bidang yang diminati oleh para peneliti di bidang ekonomika dan bisnis (Shang & Croson, 2009). Para peneliti tersebut menguji pengaruh

informasi sosial terhadap keputusan seseorang. Dalam konteks perilaku donasi, hubungan yang akan diuji adalah informasi sosial (mengacu pada nominal orang lain dalam berdonasi) dengan keputusan donasi seseorang. Penelitian para ahli di bidang pengaruh informasi sosial menunjukkan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh persepsinya pada perilaku orang lain (Croson, Handy, & Shang, 2009). Dengan adanya informasi sosial, persepsi seseorang dipengaruhi oleh norma sosial yang menimbulkan pikiran "pantas atau tidak pantas", sehingga persepsi tersebut mempengaruhi perilaku donasi mereka.

Frey & Meier (2004) melakukan studi eksperimental lapangan pada mahasiswa di Universitas Zurich. Sebagian mahasiswa diberi informasi melalui *e-mail* bahwa 64% mahasiswa lain berdonasi (perlakuan informasi sosial tinggi) dan sebagian yang lain diberi informasi bahwa 46% mahasiswa lain berdonasi (perlakuan informasi rendah). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa dengan perlakuan informasi tinggi lebih cenderung berpartisipasi dalam donasi daripada mahasiswa dengan perlakuan informasi rendah. Penelitian lain oleh Shang & Croson (2009) membuktikan bahwa informasi sosial berupa nominal kontribusi orang lain yang tinggi secara positif mempengaruhi kontribusi seseorang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Croson & Shang (2008). Penelitian mereka sebelumnya membuktikan bahwa seseorang akan meningkatkan kontribusi mereka saat informasi sosial di atas kontribusi yang telah mereka lakukan pada tahun lalu, sedangkan seseorang yang menerima informasi sosial di bawah kontribusinya pada tahun lalu akan mengurangi kontribusi mereka. Croson & Handy (2014) menggunakan norma sosial sebagai mediasi antara informasi sosial dengan perilaku donasi. Mereka menemukan bahwa informasi sosial mempengaruhi norma sosial, kemudian norma sosial mempengaruhi perilaku donasi seseorang. Hasil penelitian Smith, Windmeijer, & Wright (2013) menunjukkan bahwa donasi bergantung pada informasi sosial dan nominal donasi yang diberikan orang lain berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku donasi.

Berdasarkan penelitian terdahulu, informasi sosial atau informasi mengenai donasi orang lain yang ditampilkan berdampak pada keputusan donasi seseorang. Sesuai Teori Kerjasama Kondisional dan penelitian terdahulu mengenai informasi sosial, dirumuskan hipotesis pertama pada penelitian ini sebagai berikut.

H1 : Informasi sosial menimbulkan perbedaan perilaku donasi *online* seseorang.

2.4.2 Pengaruh Keamanan Keuangan Terhadap Perilaku Donasi

Penelitian Awan & Hameed (2014) merupakan salah satu penelitian yang menguji hubungan keamanan keuangan dengan perilaku donasi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keamanan keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku donasi. Kasri (2013) yang melakukan penelitian di Indonesia juga menemukan bahwa perilaku donasi secara signifikan dipengaruhi oleh pemikiran seseorang yang merasa dirinya memiliki keamanan keuangan yang baik. Wiepking & Breeze (2011) memaparkan hasil analisis mereka bahwa ukuran donasi seseorang secara negatif dan signifikan dipengaruhi oleh perasaan retensi (kehati-hatian menahan uang) dan ketidakcukupan (orang-orang yang khawatir terhadap kondisi finansial mereka). Sebaliknya, orang-orang yang berdonasi tidak memiliki perasaan retensi dan ketidakcukupan tersebut.

Kesejahteraan mempengaruhi keputusan seseorang untuk berdonasi. Rumah tangga yang memiliki investasi lebih cenderung berdonasi daripada rumah tangga yang tidak memiliki investasi. Rumah tangga yang memiliki rumah sendiri atau bertempat tinggal di rumah besar/apartemen juga lebih cenderung berdonasi daripada mereka yang menyewa rumah (Newman & Caroll, 2014). Penelitian Kitchen (1992) juga membuktikan bahwa kesejahteraan suatu keluarga menjadi determinan perilaku donasi.

Rasa keamanan keuangan yang dimiliki seseorang menimbulkan perasaan cukup sehingga ia berdonasi dengan mudah saat melihat orang lain butuh bantuan. Penelitian ini akan menguji pengaruh rasa keamanan keuangan seseorang terhadap perilaku donasinya. Berikut adalah hipotesis kedua pada penelitian ini.

H2 : Keamanan keuangan berpengaruh positif pada tingkat donasi *online* seseorang.

2.4.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Donasi

Beberapa studi menunjukkan bahwa religiusitas erat berkaitan dengan kepribadian seseorang atau perilakunya dalam membantu orang lain. Saat agama menjadi identitas utama seseorang, pelanggaran norma-norma agama akan menyebabkan ketidaknyamanan emosional. Hal tersebut memotivasi seseorang untuk mematuhi aturan-aturan agama. Jadi, semakin kuat identitas agama seseorang, semakin mereka berperilaku sesuai perintah agama mereka (Sari &

Sholihin, 2019). Membantu orang lain termasuk perlakuan yang diperintahkan oleh agama apapun, sehingga perilaku donasi tentu erat kaitannya dengan religiusitas.

Banyak penelitian yang mencari hubungan antara faktor-faktor ekstrinsik (demografi) dan faktor-faktor intrinsik (motivasi masing-masing individu) dengan perilaku donasi. Religiusitas termasuk dalam faktor-faktor intrinsik yang mempengaruhi perilaku donasi seseorang. Penelitian-penelitian tersebut menggunakan survei dalam mengumpulkan data responden. Hasil survei di berbagai negara menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku donasi seseorang (Noor et al., 2015; Schlegelmilch et al., 1997; Lwin et al., 2013; Kasri, 2013; Bekkers & Wiepking, 2011; Awan & Hameed, 2014).

Religiusitas yang tinggi akan mendorong seseorang untuk mematuhi perintah agama, termasuk perintah dalam berdonasi atau memberi orang yang membutuhkan. Berdasarkan *Supernatural Punishment Hypothesis* dan beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh religiusitas terhadap perilaku donasi, penelitian ini juga akan menguji pengaruh religiusitas pada perilaku donasi seseorang. Berikut adalah hipotesis ketiga penelitian ini.

H3 : Religiusitas berpengaruh positif pada tingkat donasi *online* seseorang.

2.8 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang perilaku donasi akan menjadi acuan dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi acuan tersebut akan dipaparkan pada Tabel 2.1.

2.9 *Research Gap*

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan studi eksperimen berbasis internet sebagai metode pengumpulan data. Penelitian-penelitian terkait perilaku donasi telah dilakukan dengan melibatkan berbagai teori dan variabel yang diuji, namun belum banyak yang menguji pengaruh tiga variabel independen (informasi sosial, keamanan keuangan, dan religiusitas) terhadap variabel dependen dengan studi eksperimen berbasis internet. Penelitian-penelitian mengenai perilaku donasi sebagian besar menggunakan survei sebagai metode pengumpulan data (Noor et al., 2015; Schlegelmilch et al., 1997; Lwin et al., 2013; Kasri, 2013; Awan & Hameed, 2014). Penelitian Shang & Croson (2009) menggunakan studi

eksperimental lapangan untuk menguji pengaruh informasi sosial terhadap perilaku donasi seseorang. Manipulasi dilakukan dengan cara membuat kampanye donasi di sebuah radio dan orang-orang yang ingin berdonasi diberi informasi yang berbeda bahwa ada yang berdonasi sebesar $75, $180, $300, dan tidak diberi informasi. Frey & Meier (2004) juga melakukan studi eksperimental lapangan dengan mengirimkan email ke mahasiswa mengenai kampanye donasi. Beberapa mahasiswa diberi informasi bahwa persentase orang lain berdonasi banyak, sedangkan sisanya diberi informasi bahwa persentase orang lain yang berdonasi sedikit. Berbeda dengan penelitian ini, perlakuan dibedakan menjadi dua yaitu dipaparkan informasi sosial dan tidak dipaparkan informasi sosial.

Penelitian ini akan dilakukan secara *online* menggunakan situs *Psytoolkit* dan disebarkan secara langsung (tidak menggunakan media seperti radio ataupun *e-mail*). Desain penelitian juga berbeda dengan kedua penelitian yang menggunakan eksperimental lapangan di atas. Studi eksperimental ini akan menggunakan desain grup kontrol dengan purna uji untuk variabel informasi sosial, sedangkan dua variabel lainnya diukur menggunakan kuesioner lalu diuji pengaruhnya terhadap perilaku donasi. Objek pada penelitian ini merupakan generasi milenial dan perilaku donasi yang diuji adalah perilaku donasi *online*. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi para pengembang platform donasi *online*, sehingga mereka bisa menarik lebih banyak donatur. Hasil penelitian akan diolah menggunakan Mann-Whitney U-test dan regresi *robust* untuk menguji pengaruh tiga variabel independen terhadap perilaku donasi.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Referensi	**Tujuan**	**Metode**	**Hasil**
Shang, J., & Croson, R. (2009). A Field Experiment in Charitable Contribution: The Impact of Social Information on The Voluntary Provision of Public Goods. *The Economic Journal*, *119*, 1422-1439.	Penelitian ini menguji pengaruh informasi sosial (informasi mengenai dana donasi yang masuk) terhadap perilaku donasi seseorang pada barang publik.	1. Studi eksperimen lapangan 2. OLS 3. *Robust Regression*	Hasil penelitian membuktikan bahwa informasi sosial berupa nominal donasi orang lain yang tinggi secara positif mempengaruhi besar donasi seseorang.
Kasri, R. A. (2013). Giving behaviors in Indonesia: motives and marketing implications for Islamic charities. *Journal of Islamic Marketing*, *4*(3), 306-324.	Penelitian ini menguji motivasi dan perilaku memberi pada donasi keagamaan islam di Indonesia dengan menggunakan faktor-faktor demografi, sosio-ekonomi, motivasi, dan psikografis.	1. Survei 2. Analisis deskriptif dan korelasi statistik	Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku donasi adalah umur, pendapatan, dan pendidikan, sedangkan faktor-faktor intrinsik yang mempengaruhi perilaku donasi adalah perasaan bahwa seseorang memiliki keamanan keuangan yang baik, religiusitas, dan perasaan wajibnya membantu orang yang membutuhkan,

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

			ingin membuat perubahan, dan sebagai aktualisasi diri.
Wiepking, P., & Breeze, B. (2011). Feeling poor, acting stingy: the effect of money perceptions on charitable giving. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 1-12.	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi keadaan uang seseorang (aman atau tidak aman) terhadap perilaku berdonasi.	1. Survei kuesioner 2. *Cronbach's alpha* 3. Analisis deskriptif dan korelasi statistik 4. *OLS Regression*	Hasil menunjukkan bahwa seseorang berdonasi karena merasa aman dan tidak mengkhawatirkan kondisi keuangan mereka.

BAB III
METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan metode yang digunakan dalam penelitian meliputi lini masa penelitian, bagan alir penelitian, desain penelitian, metode pengumpulan data yang terdiri atas teknik eksperimen dan instrumen kuesioner, serta metode analisis data.

3.1 Lini Masa Penelitian

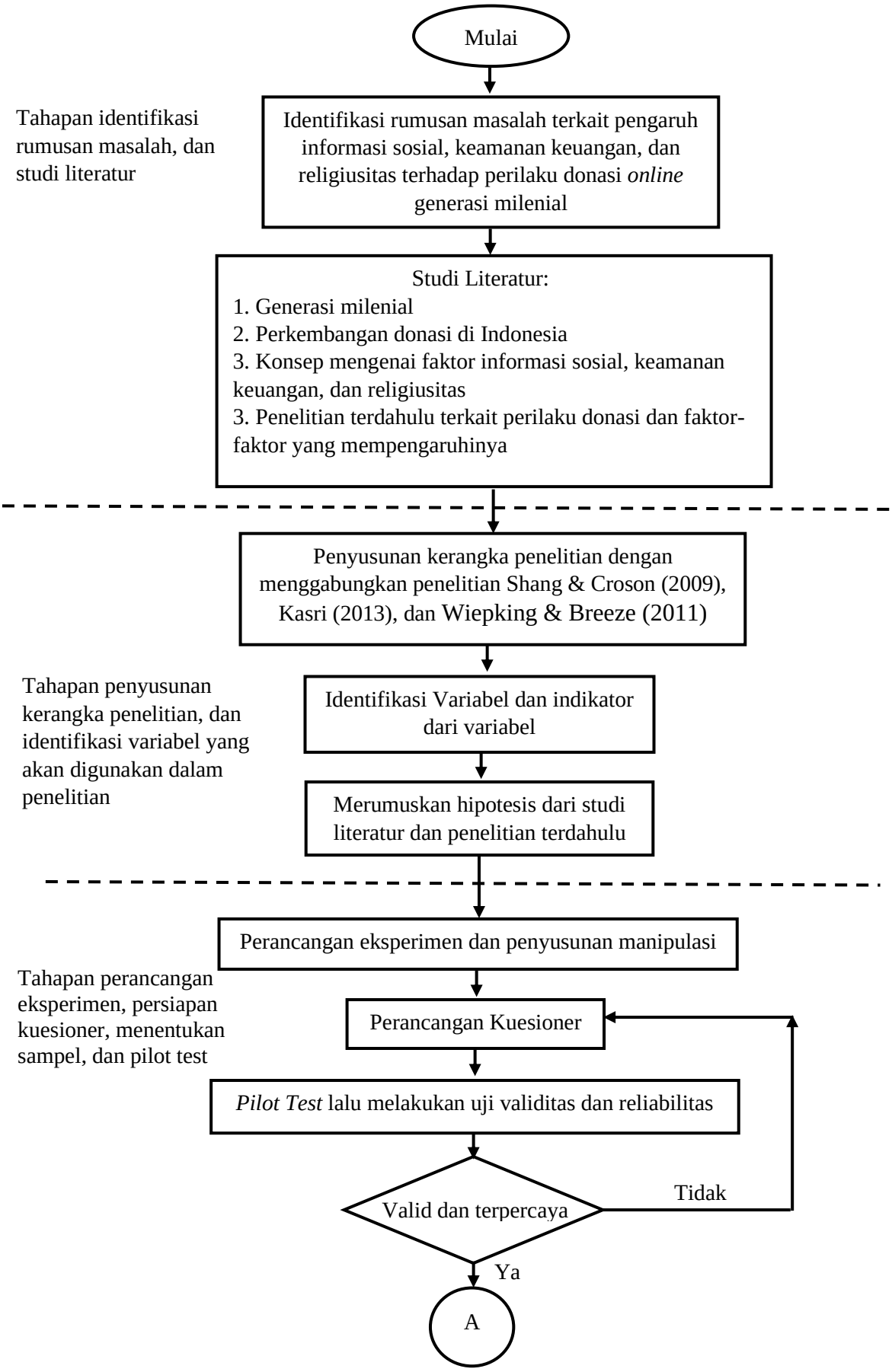
Penelitian mengenai perilaku donasi *online* ini dilakukan pada bulan Februari – Juni 2020. Tahapan penelitian meliputi identifikasi masalah, studi literatur, kajian metode penelitian, perancangan eksperimen dan pengukuran, uji coba eksperimen, pengumpulan data, pengolahan data, analisis, dan terakhir penarikan kesimpulan. Lini masa penelitian dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini.

Tabel 3. 1 Lini Masa Penelitian

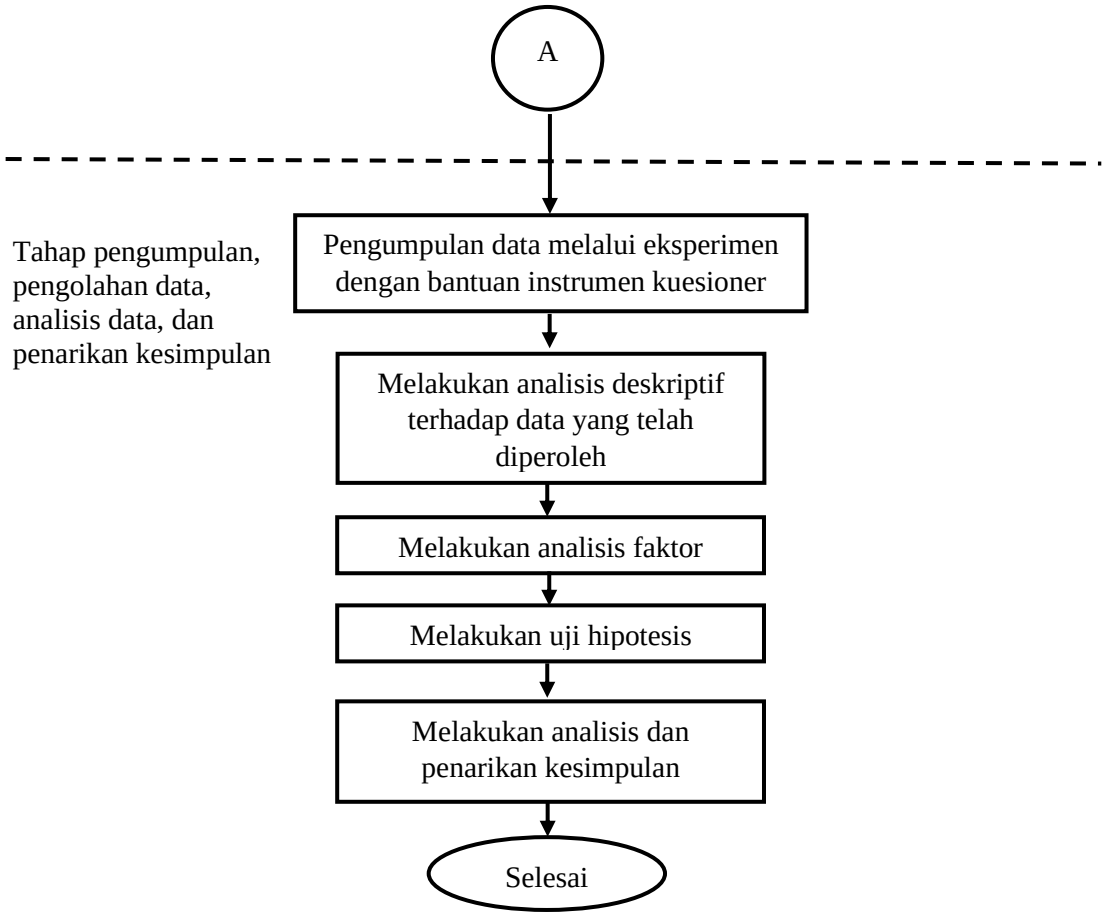
	Februari				Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Identifikasi masalah																				
Studi literatur																				
Kajian metode penelitian																				
Perancangan manipulasi dan pengukuran																				
Uji coba manipulasi dan pengukuran																				
Pengumpulan data																				
Pengolahan data																				
Analisis dan penarikan kesimpulan																				

3.2 Bagan Alir Penelitian

Penelitian terbagi menjadi beberapa tahapan. Tahapan-tahapan tersebut akan digambarkan pada bagan alir penelitian berikut ini.



Gambar 3. 1 Bagan Alir Penelitian



Gambar 3. 1 Bagan Alir Penelitian (lanjutan)

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian dibuat supaya penelitian berjalan efektif dan sistematis. Desain penelitian ini akan dijelaskan pada sub-bab berikut.

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat konklusif-kausal. Untuk menguji hubungan sebab-akibat tersebut, pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode eksperimen. Eksperimen adalah desain riset untuk menyelidiki suatu fenomena dengan cara merekayasa kondisi melalui prosedur tertentu. Selanjutnya, hasil rekayasa tersebut diamati dan diinterpretasikan (Nahartyo, 2013). Nahartyo (2013) juga menjelaskan bahwa perekayasaan yang dilakukan disebut manipulasi. Dalam penelitian ini, metode eksperimen yang dibantu dengan kuesioner akan digunakan untuk menguji hipotesis dan hubungan sebab – akibat (kausalitas) pada variabel yang telah diterapkan.

3.2.2 Jenis Data

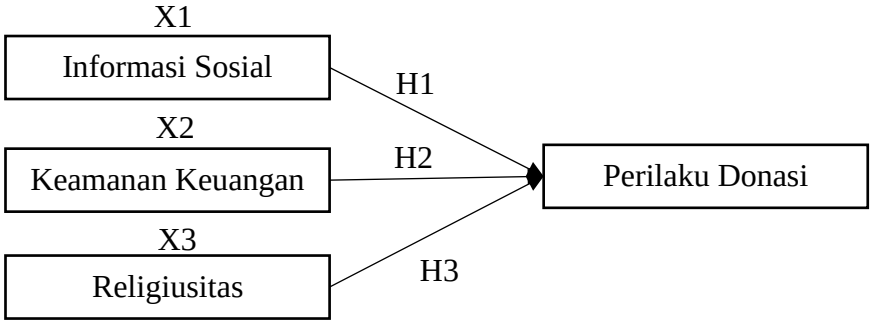
Jenis data yang digunakan untuk menginvestigasi perilaku donasi *online* generasi milenial adalah data primer. Menurut sumber perolehannya, data dikelompokkan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri dari sumber utama guna kepentingan penelitian. Data primer dapat dikumpulkan melalui instrumen wawancara, kuesioner, dan pengamatan (Juliandi, Irfan, & Manurung, 2014). Penelitian eksperimental ini akan melakukan pendekatan kuesioner untuk pengambilan data. Berikut adalah data primer yang diperlukan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 2 Jenis Data Penelitian

Jenis Data	Data yang Dibutuhkan	Metode Pengambilan Data
Data Primer	Data demografi partisipan	Studi eksperimen *online*
	Data hasil pengukuran keamanan keuangan dan religiusitas	
	Data hasil pemeriksaan manipulasi	
	Data perilaku donasi partisipan	

3.2.3 Model Penelitian

Metode penelitian eksperimen dilakukan untuk menguji hubungan kausal. Hubungan kausal antara variabel independen dan dependen dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian milik Shang & Croson (2009), Kasri (2013), dan Wiepking & Breeze (2011). Berikut adalah kerangka dari penelitian ini.



Gambar 3. 2 Model Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Shang & Croson (2009) menguji pengaruh informasi sosial terhadap perilaku donasi. Untuk menguji pengaruh tersebut, penelitian dilakukan dengan pendekatan studi eksperimental lapangan dengan

menggunakan radio sebagai media. Penelitian lain oleh Kasri (2013) yang dilakukan di Indonesia menguji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku donasi seseorang, salah satunya religiusitas, dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Faktor lain yang mempengaruhi perilaku donasi menurut penelitian yang dilakukan Kasri (2013) adalah persepsi seseorang mengenai keamanan keuangan. Wiepking & Breeze (2011) juga melakukan penelitian mengenai perilaku donasi. Penelitian mereka menguji persepsi kondisi keuangan terhadap perilaku donasi seseorang. Ketiga variabel yang telah disebutkan (informasi sosial, keamanan keuangan, dan religiusitas) akan menjadi variabel independen dalam penelitian ini, Di sisi lain, perilaku donasi akan menjadi variabel dependen dalam penelitian ini. Dari penjabaran tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan seperti berikut.

H1: Informasi sosial menimbulkan perbedaan perilaku donasi *online* seseorang.

H2: Keamanan keuangan berpengaruh positif pada tingkat donasi *online* seseorang.

H3: Religiusitas berpengaruh positif pada tingkat donasi *online* seseorang.

3.2.4 Definisi Operasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah variabel yang akan digunakan pada penelitian ini.

1. Variabel dependen : perilaku donasi *online*
2. Variabel independen: informasi sosial, keamanan keuangan, dan religiusitas
3. Variabel kontrol : demografi (usia, domisili, jenis kelamin, status pernikahan, dan pendapatan)

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Instrumen Pengukur	Jenis Skala	Pengukuran	Sumber
Informasi Sosial	Informasi sosial adalah informasi mengenai apa yang orang lain lakukan, sehingga informasi sosial menunjukkan nominal donasi yang dilakukan oleh orang lain dalam konteks penelitian perilaku donasi (Shang & Croson, 2009).	Informasi berupa besaran donasi orang lain	Menggunakan manipulasi dengan memberi informasi sosial atau tidak memberi informasi sosial	Nominal	1 untuk perlakuan dengan adanya informasi sosial dan 2 untuk perlakuan tanpa adanya informasi sosial	(Shang & Croson, 2009)
Keamanan Keuangan	Keamanan keuangan bisa diartikan sebagai rasa aman seseorang dari segi finansial. Keamanan keuangan berarti seseorang percaya dirinya akan mampu mencukupi standar kehidupan yang diinginkan pada masa depan, bahkan di saat ekonomi sedang memburuk (Schervish, Havens, & Whitaker, 2005).	Persepsi seseorang mengenai keamanan keuangannya	KK1: Saya khawatir biaya hidup bulanan bisa terpenuhi	Interval	Skala likert mulai 1 – 7. 1 mencerminkan memiliki keamanan keuangan baik, sedangkan 7 keamanan keuangan rendah (kecuali pernyataan nomor 6)	(Wiepking & Breeze, 2011; Prawitz, et al., 2006)
			KK2: Sebagian besar teman saya memiliki lebih banyak uang daripada saya			
			KK3: Saya lebih suka menyimpan uang, karena saya tidak pernah yakin kapan keadaan akan buruk dan saya butuh uang tunai			
			KK4: Saya sering mengalami kesulitan dalam membuat keputusan tentang membelanjakan uang dengan jumlah tertentu			

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel (lanjutan)

			KK5: Saya merasa stress mengenai tingkat keuangan saat ini			
			KK6: Saya merasa puas dengan situasi keuangan saat ini*			
			KK7: Saya mampu menangani jika ada kebutuhan uang mendadak yang cukup besar			
			KK8: Saya sering berkata "Saya tidak mampu membelinya", terlepas saya sebenarnya bisa atau tidak			
Religiusitas	Religiusitas adalah tingkat konsepsi seseorang terhadap agama dan tingkat komitmen seseorang terhadap agamanya (Glock & Stark, 1966)	Tingkat keagamaan seseorang	R1: Saya bergantung kepada Tuhan untuk kekuatan, dukungan, dan bimbingan	Interval	Skala likert mulai dari 1 – 7.	(Idler, et al., 2003)
			R2: Saya merasa bahwa Tuhan menghukum saya karena dosa-dosa saya atau kurangnya kerohanian			
			R3: Saya percaya ada kehidupan setelah kematian			
			R4: Saya berusaha untuk membawa kepercayaan agama			

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel (lanjutan)

			saya dalam semua urusan lain dalam hidup			
			R5: Saya merasakan kehadiran Tuhan			
			R6: Saya berhasrat untuk menjadi lebih dekat atau bersatu dengan Tuhan			
			R7: Saya merasakan kasih Tuhan untuk saya secara langsung atau melalui orang lain			
			R8: Saya tersentuh secara spiritual oleh keindahan penciptaan			
Perilaku Donasi	Perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan (KBBI, 2018), sehingga perilaku donasi adalah reaksi seseorang dalam memberi suatu donasi.	Tingkat donasi seseorang	Menggunakan manipulasi dan kuesioner berapa jumlah uang yang didonasikan oleh partisipan	Rasio	Nominal donasi yang dilakukan	(Shang & Croson, 2009)

3.4 Metode Pengumpulan Data

Partisipan pada penelitian ini adalah generasi milenial. Menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), generasi milenial merupakan penduduk usia 20-35 tahun (IDN Research Institute, 2019). Studi eksperimen berbasis internet memiliki jangkauan yang luas, yaitu negara Indonesia pada penelitian ini. Oleh karena itu, rumus Slovin akan digunakan untuk menghitung sampel minimal yang dapat mewakili populasi. Berdasarkan rumus Slovin, perhitungan responden minimal adalah sebagai berikut,

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{171.171.000}{1 + 171.171.000(0{,}05)^2}$$

$$n = 399{,}999 \approx 400$$

Keterangan: n = jumlah sampel minimal yang diperlukan;
N = Jumlah populasi = 171.171.000
d = *Margin of error*

Pengguna internet di Indonesia ada 171.171.000 jiwa (APJII, 2018), sehingga angka tersebut menjadi populasi yang akan dilihat. Derajat kepercayaan yang dipilih adalah 95% dan rentang kesalahan sebesar 5%. Jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah minimal 400 menurut rumus Slovin. Pemilihan partisipan dilakukan dengan teknik *convenience sampling* yaitu dengan meminta siapapun yang bersedia menjadi partisipan dalam penelitian dan mudah diakses oleh peneliti (Hartono, 2016).

Studi eksperimen berbasih internet ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui tautan intip.in/surveisebentar yang merupakan tautan cepat menuju situs https://www.psytoolkit.org/c/3.0.0/survey?s=BLR8A. Saat memasuki kuesioner tersebut, responden akan melalui sesi pertanyaan demografi, dilanjutkan dengan pertanyaan untuk mengukur keamanan keuangan dan religiusitas, lalu terakhir pemberian ilustrasi situs donasi. Pada bagian pemberian ilustrasi situs donasi, terdapat ilustrasi situs donasi yang menampilkan informasi sosial dan situs donasi yang tidak menampilkan informasi sosial. Masing-masing responden akan diberikan salah satu dari dua ilustrasi tersebut dan pemberian ilustrasi dilakukan secara acak, sehingga terdapat randomisasi. Pada sub-bab berikut akan dijelaskan mengenai teknik eksperimen yang digunakan untuk menguji pengaruh informasi sosial dan instrumen kuesioner yang digunakan untuk menguji pengaruh keamanan keuangan dan religiusitas.

3.4.1 Teknik Eksperimen

Eksperimen adalah desain riset untuk menyelidiki suatu fenomena dengan cara merekayasa kondisi melalui prosedur tertentu. Selanjutnya, hasil rekayasa tersebut diamati dan diinterpretasikan (Nahartyo, 2013). Nahartyo (2013) juga menjelaskan bahwa perekayasaan yang dilakukan disebut manipulasi. Eksperimen yang digunakan pada penelitian ini adalah eksperimen semu (*quasi-experiment*) karena tidak semua variabel penelitian ini direkayasa atau dimanipulasi. Hanya variabel informasi sosial yang akan dimanipulasi, sedangkan variabel keamanan keuangan dan religiusitas akan diukur menggunakan kuisioner yang akan dijelaskan pada sub-bab 3.4.2. Menurut lokasi pelaksanaannya, eksperimen dikategorikan menjadi dua, yaitu eksperimen laboratorium dan eksperimen lapangan. Seiring berkembangnya teknologi, riset eksperimental mengalami juga mengalami perubahan. Keberadaan internet semakin mendayagunakan teknologi komputer dalam penelitian eksperimen (Nahartyo, 2013). Penelitian ini akan menggunakan eksperimen berbasis internet untuk menguji hubungan antara variabel independen dengan dependen. Berikut adalah desain eksperimen berbasis internet dan desain manipulasi.

3.4.1.1 Desain Eksperimen Berbasis Internet

Studi eksperimen berbasis internet akan dilakukan pada penelitian ini untuk menguji hipotesis yang telah diformulasikan. Eksperimen berbasis internet adalah eksperimen yang menggunakan bantuan internet untuk mengelola manipulasi, mengumpulkan data, maupun merekrut partisipan. Eksperimen berbasis internet sering dikaitkan dengan eksperimen lapangan karena kehidupan nyata dari responden mempengaruhi penelitian (kontrol tidak seketat eksperimen laboratorium). Ada tiga jenis studi eksperimental lapangan yang telah berkembang di kalangan peneliti, yaitu artefaktual, *framed*, dan natural (Brent et al., 2016). Eksperimental lapangan artefaktual merupakan penelitian eksperimen yang melibatkan aspek lapangan, namun elemen laboratorium masih mendominasi eksperimen (skenario dilakukan seperti saat berada di laboratorium). Eksperimental lapangan berbingkai (*framed*) menggabungkan konteks lapangan sehubungan dengan komoditas, tugas, dan kumpulan informasi yang dimiliki subjek. Eksperimental lapangan artefaktual dan berbingkai memiliki kesamaan yaitu subjek

sama-sama sadar bahwa perilaku mereka sedang diamati. Eksperimental lapangan natural memiliki kemiripan dengan eksperimental lapangan berbingkai (*framed*), namun subjek tidak mengetahui jika perilakunya sedang diamati. Pada penelitian ini, eksperimental lapangan artefaktual akan digunakan untuk mengamati perilaku donasi *online* generasi milenial. Eksperimen lapangan artefaktual digunakan karena keterbatasan waktu penelitian. Skenario eksperimen akan dijelaskan pada sub-bab berikutnya.

Perekrutan partisipan dapat dilakukan dengan pengiriman pos elektronis ke berbagai tujuan atau langsung memposting jalur atau *links* ke situs yang disediakan (Nahartyo, 2013). Pada penelitian ini, studi eksperimen dilakukan dengan mengirimkan jalur (*links*) *PsyToolkit*. *Psytoolkit* adalah perangkat lunak untuk pemrograman eksperimen psikologis pada komputer Linux. *Psytoolkit* tersedia secara bebas di bawah *Gnu Public License*. Oleh karena itu, *Psytoolkit* sangat cocok tidak hanya untuk pengguna Linux yang berorientasi teknis, tetapi juga untuk siswa, peneliti dengan anggaran kecil, dan universitas di negara berkembang (Stoet, PsyToolkit: A software package for programming psychological experiments using Linux, 2010). Selain tersedia dalam bentuk perangkat lunak, *PsyToolkit* juga bisa digunakan melalui *website*. Melalui situs *PsyToolkit*, peneliti dapat merancang kuesioner dan eksperimen, lalu merekrut responden untuk berpartisipasi secara *online* (Stoet, 2017). Randomisasi partisipan untuk masuk kelompok perlakuan atau kelompok pembanding juga akan dilakukan dengan bantuan *PsyToolkit*. Kompensasi finansial berupa pemberian uang sebesar Rp 50.000 kepada 10 partisipan yang beruntung akan dilakukan pada penelitian eksperimen berbasis internet ini.

3.4.1.2 Desain Manipulasi dan Intervensi

Dalam penelitian ini, manipulasi dilakukan pada satu variabel independen yaitu informasi sosial. Informasi sosial mengacu pada informasi mengenai nominal donasi orang lain. Desain yang digunakan adalah desain grup kontrol dengan purna uji. Terdapat dua grup subjek dalam desain ini yaitu grup pertama memperoleh manipulasi sedangkan grup kedua yang berperan sebagai pembanding tidak mendapatkan manipulasi tersebut (Nahartyo, 2013). Keberadaan grup kontrol tersebut adalah untuk memperkuat pemahaman atas hubungan sebab-akibat antar

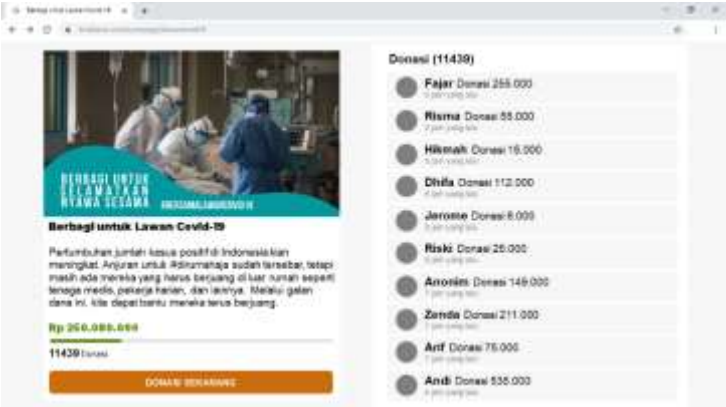
variabel. Perilaku berbeda antara grup subjek yang mendapatkan manipulasi dengan grup kontrol yang tidak mendapatkan manipulasi mengarahkan kesimpulan bahwa manipulasi yang menyebabkan perubahan perilaku.

Berikut adalah simbol untuk desain ini.

R	$X_{\text{informasi sosial}}$	O_1
R		O_1

dimana R = responden, X = manipulasi,
O = observasi/tes

Manipulasi ditunjukkan dalam ilustrasi berupa situs donasi yang dibuat sendiri. Ilustrasi tidak memakai situs donasi yang sudah ada atau terkenal supaya persepsi antara grup perlakuan dan grup pembanding sama. Randomisasi dilakukan dengan bantuan *website Psytoolkit.* Kuesioner penelitian ini disusun dan diprogram pada situs *Psytoolkit*, sehingga responden dikelompokkan dalam grup perlakuan atau grup kontrol secara acak. Responden yang mengisi kuesioner tersebut diberi salah satu ilustrasi situs donasi yaitu antara situs donasi yang menampilkan informasi sosial atau tidak menampilkan informasi sosial. Grup perlakuan terdiri atas responden yang mendapatkan ilustrasi *website* donasi dengan informasi sosial (Gambar 3.3), sedangkan responden yang mendapatkan ilustrasi *website* tanpa informasi sosial (Gambar 3.4) akan masuk dalam grup kontrol.



Gambar 3. 3 Ilustrasi Situs Donasi dengan Informasi Sosial (Grup Perlakuan)

Gambar 3. 4 Ilustrasi Situs Donasi tanpa Informasi Sosial (Grup Kontrol)

3.4.1.3 Pemeriksaan Manipulasi

Dalam penelitian keperilakuan, subjek penelitian harus memahami dan menginterpretasi manipulasi yang diterima supaya mereka merespon atau bereaksi terhadap manipulasi tersebut. Jika subjek penelitian mempunyai pemahaman atau penghayatan yang memadai atas manipulasi, maka manipulasi yang dibuat bisa dikatakan efektif (Nahartyo, 2013). Oleh karena itu, pemeriksaan manipulasi penting dilakukan dalam sebuah studi eksperimen. Pada penelitian ini, subjek penelitian akan diberi pertanyaan mengenai manipulasi yang diberi. Manipulasi yang diberi adalah daftar donatur serta nominal donasi mereka, sehingga pertanyaan untuk pengecekan manipulasi adalah "Apakah Anda mengamati daftar donasi yang dilakukan oleh orang lain?". Apabila responden menjawab "ya" berarti manipulasi berhasil ditangkap oleh responden.

3.4.2 Instrumen Kuesioner

Variabel yang diukur menggunakan kuesioner pada penelitian ini meliputi keamanan keuangan dan religiusitas. Pengukuran variabel dilakukan dengan memanfaatkan instrumen kuesioner. Meskipun penelitian ini menggunakan pendekatan eksperimen berbasis internet, dukungan instrumen penelitian tetap dibutuhkan, karena tidak semua variabel penelitian bisa dimanipulasi.

3.4.2.1 Keamanan Keuangan

Persepsi mengenai keamanan keuangan diukur menggunakan kuesioner yang diadopsi dari penelitian Wiepking & Breeze (2011) dan Prawitz, et al., (2006). Delapan pertanyaan digunakan untuk mengukur tingkat kekhawatiran dan kehati-hatian seseorang terhadap kondisi keuangan saat ini. Jawaban pertanyaan menggunakan skala likert 1 – 7. Angka 1 mencerminkan seseorang memiliki keamanan keuangan yang baik (tidak khawatir sama sekali mengenai kondisi keuangannya), sedangkan angka 7 menunjukkan keamanan keuangan rendah (pengecualian untuk pertanyaan nomor 6). Untuk memudahkan pengolahan data, skor-skor untuk pernyataan KK1 – KK8 (kecuali nomor 6) akan dibalik, sehingga skor akhir (total) yang tinggi menunjukkan keamanan keuangan yang baik juga.

3.4.2.2 Religiusitas

Religiusitas diukur dengan menggunakan kuesioner yang diadopsi dari penelitian Idler, et al. (2003). Delapan pertanyaan dipilih untuk mengetahui tingkat

religiusitas seseorang. Skala yang digunakan adalah skala likert 1 – 7 mulai dari sama sekali tidak setuju hingga sepenuhnya setuju. Skor yang tinggi menunjukkan bahwa tingkat religiusitas seseorang tinggi dan skor yang rendah mengindikasikan tingkat religiusitas yang rendah.

3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Data pada penelitian ini akan diolah dan dianalisis menggunakan *software* SPSS dan Stata. Data kuantitatif hasil eksperimen akan diolah dengan beberapa uji statistik. Uji statistik yang digunakan akan dijelaskan pada sub-bab berikut.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan statistik yang menggambarkan fenomena atau karakteristik dari data (Hartono, 2016). Pendapat lain dari Sugiyono (2008) menyatakan analisis deskriptif adalah salah satu uji statistik dengan cara mendeskripsikan dan menggambarkan data yang telah terkumpul dari penelitian. Oleh karena itu, analisis deskriptif harus dilakukan terlebih dahulu setelah data diperoleh dan dikumpulkan. Menurut Malhotra (2010), analisis deskriptif dapat berupa rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), jumlah (sum), maksimum-minimum, standard error, simpangan baku (*standard deviation*), serta varian (*variance*). Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Rata-rata, yaitu nilai dari jumlah keseluruhan data yang dibagi dengan jumlah sampel.
2. Jumlah, yaitu penjumlahan dari data-data dalam penelitian.
3. Standar deviasi, yaitu nilai yang mencerminkan sifat persebaran data (heterogen atau homogen).
4. Maksimum-minimum, yaitu nilai terbesar dan terkecil yang nantinya akan digunakan sebagai parameter untuk mengetahui data *outliers*.

3.5.2 Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan sebelum uji hipotesis, karena uji asumsi bertujuan untuk menilai suatu data layak atau tidak jika digunakan untuk analisis statistik (Hair et al., 2013). Uji validitas, uji reliabilitas, uji *outliers*, uji normalitas, dan uji homogenitas adalah uji asumsi yang akan dilakukan pada penelitian ini. Penjelasan mengenai uji-uji asumsi yang digunakan pada penelitian ini akan dijabarkan pada sub-bab berikut.

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Korelasi Item Total adalah salah satu cara untuk menguji validitas, yaitu dengan mengkorelasikan skor-skor suatu item kuesioner dengan jumlahnya (Juliandi, Irfan, & Manurung, 2014). Juliandi, et al. (2014) juga menjelaskan langkah-langkah uji validitas. Langkah pertama yang dilakukan yaitu mengkorelasikan skor-skor suatu nomor angket dengan total skor variabelnya. Langkah kedua yaitu mengamati nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) yang diperoleh dan membandingkannya dengan nilai r_{tabel}. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}, maka pertanyaan tersebut bisa dikatakan valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat dipadankan dengan kata lain seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, atau konsistensi. Konsep reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Juliandi, et al., 2014). Pengukuran menggunakan kuesioner perlu diuji konsistensinya terhadap variabel apabila pengukuran dilakukan berulang kali pada waktu yang berbeda (Malhotra, 2010). Uji reliabilitas dilakukan dengan memanfaatkan koefisien *Cronbach's Alpha*. Jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) > 0.6 maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen tersebut terpercaya (Juliandi, et al., 2014). Nilai koefisien reliabilitas yang mendekati satu menunjukkan bahwa instrumen semakin terpercaya.

3.5.2.3 Uji *Outlier*

Data dengan karakteristik berbeda dari yang lainnya disebut *outlier*. Data tersebut muncul dalam bentuk nilai ekstrim (Hair *et al*., 2013). Deteksi terhadap data *outlier* dilakukan dengan mengkonversi nilai data ke dalam skor *standardized* atau Z-*score*. Pada penelitian ini, data yang ditoleransi adalah data dengan Z-*score* -2,5 sampai 2,5. Di luar nilai tersebut, data dianggap *outlier*.

3.5.2.4 Uji Normalitas

Uji normalitas perlu dilakukan untuk mengetahui distribusi data yang telah diperoleh (Hair, et al., (2013). Uji normalitas dapat dilakukan dengan mengamati nilai *skewness* dan *kurtosis*. *Skewness* adalah pengukur penyimpangan distribusi dari bentuk simetrisnya, sedangkan *kurtosis* adalah pengukur ketinggian atau

kerataan dari distribusi data. Nilai *skewness* akan mendekati nol jika bentuk distribusinya simetris dan nilai *kurtosis* mendekati nol apabila bentuk distribusi tidak terlalu meninggi dan tidak terlalu datar (Hartono, 2016). Selain itu, pengujian normalitas dapat juga dihitung menggunakan metode Kolmogorov Smirnov (Hartono, 2016).

3.4.2.3 Uji Homogenitas

Syarat lain yang harus terpenuhi sebelum menguji hipotesis adalah data bersifiat homogen. Uji homogenitas ini dilakukan untuk membandingkan data antar kelompok, sehingga dapat diketahui data berasal dari populasi yang sama atau tidak (Malhotra, 2010). Nilai varians yang sama atau minimal tidak jauh berbeda antara satu kelompok dengan lainnya merupakan pertanda suatu data bisa disebut homogen.

3.5.3 Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan dalam mengevaluasi pengukuran pada variabel yang diamati (Noor, et al., 2015). Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada responden yaitu KK1-KK8 dan R1-R8 disebut *observed variable*, sedangkan variabel keamanan keuangan dan religiusitas disebut *latent variable*. Analisis faktor digunakan untuk menjelaskan variasi dalam *observed variable* dan memadatkannya menjadi *latent variable* atau faktor. Ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi supaya membentuk faktor yang valid (Noor, et al., 2015).

Pertama, asumsi menggunakan KMO dan *Bartlett's test*. Variabel-variabel amatan dinilai cukup mewakili setiap faktor jika nilai KMO lebih besar dari 0,6. Selanjutnya, nilai *Bartlett's test* harus signifikan yaitu sebesar 0,05 atau kurang dari 0,05. Nilai *Bartlett's test* yang signifikan menandakan variabel-variabel amatan berkorelasi tinggi dan dapat menjadi dasar pada setiap faktor. Asumsi selanjutnya yaitu komunalitas yang menjelaskan proporsi varians. Analisis komponen utama bekerja berdasarkan asumsi awal bahwa semua varians adalah umum, sehingga semua komunalitas berada pada 1 sebelum ekstraksi. Di sisi lain, nilai ekstraksi yang mendekati 1 menandakan semakin besar sebuah variabel dapat menjelaskan faktor (Noor, et al., 2015). Setelah asumsi terpenuhi, analisis faktor mulai bisa diinterpretasi dengan melihat nilai Eigenvalues dan faktor *loadings* dari setiap faktor.

3.5.4 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis penelitian, penelitian ini menggunakan uji beda dengan Mann-Whitney U-*test* dan regresi *robust*. Untuk memudahkan perhitungan, uji hipotesis dilakukan dengan memisahkan model penelitian. Hipotesis 1 diuji menggunakan Mann-Whitney U-*test*, sehingga perbedaan kelompok manipulasi dan kelompok kontrol bisa diamati. Hipotesis 2 dan 3 akan diuji menggunakan analisis regresi *robust*. Berikut adalah penjelasan mengenai analisis yang digunakan dalam menguji hipotesis penelitian.

3.5.4.1 Mann-Whitney U-test

Pengujian hubungan dua variabel dapat dikelompokkan menjadi pengujian parametrik dan nonparametrik (Hartono, 2016). Pada penelitian ini, uji nonparametrik akan digunakan. Uji beda non-parametrik yang digunakan adalah Mann-Whitney U-test mengikuti penelitian Keser & Winden (2000). Mann-Whitney U-test digunakan untuk mengamati perbedaan pada dua kelompok penelitian yang berasal dari populasi yang sama. Mann-Whitney U-test dapat digunakan saat variabel independen maupun dependen tidak terdistribusi secara normal. Keuntungan lain dari Mann-Whitney U-test adalah jumlah dua kelompok yang tidak harus sama. Alasan tersebut yang mendasari Mann-Whitney U-test tepat digunakan untuk studi eksperimen ini.

Informasi sosial mempengaruhi perilaku donasi saat terdapat perbedaan median antara grup perlakuan (grup yang mendapatkan informasi sosial) dengan grup pembanding (grup yang tidak mendapatkan informasi sosial). Tabel 3.4 menunjukkan uji hipotesis dengan Mann-Whitney U-test. Keputusan ditolak atau diterimanya hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi uji kurang dari 0,05 pada tingkat kepercayaan 5%, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa ada perbedaan distribusi atau perbedaan perilaku antara kelompok perlakuan dan kelompok kontrol.

Tabel 3. 4 Hipotesis Mann-Whitney U-test pada Perilaku Donasi

Hipotesis	Keterangan
H0	Tidak ada perbedaan perilaku donasi pada kelompok perlakuan dan kelompok kontrol.
H1	Terdapat perbedaan perilaku donasi pada kelompok perlakuan dan kelompok kontrol

3.5.4.2 *Robust Regression*

Analisis regresi digunakan untuk menguji hubungan antara satu atau lebih variabel independen dengan variabel dependen (Malhotra, 2010). Metode yang paling sering digunakan dalam analisis regresi adalah *Ordinary Least Square* (OLS). Prinsip dasar OLS adalah meminimumkan jumlah kuadrat residual. Dalam menggunakan metode tersebut, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi yaitu kenormalan residual, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan tidak terdapat multikolinearitas untuk menghasilkan model yang tidak bias. Selain asumsi-asumsi tersebut harus dipenuhi, data juga harus terbebas dari pencilan yaitu data yang data yang jauh dari pola kumpulan keseluruhan. Pencilan tersebut dapat berpengaruh pada persamaan garis regresi apabila menggunakan OLS. Oleh karena itu, regresi *robust* akan digunakan pada penelitian ini.

Regresi *robust* dirancang untuk mengakomodasi adanya keanehan data dan mengurangi pengaruh data pencilan terhadap model. Analisis regresi *robust* ini tidak membuat galat model menjadi normal, tetapi model yang dihasilkan oleh metode ini memiliki tingkat keakuratan yang lebih tinggi daripada model yang dihasilkan oleh OLS (Romdi et. al, 2015). Regresi *robust* memiliki 5 jenis *estimator* yaitu M-*estimator*, LTS-*estimator*, S-*estimator*, dan MM-*estmimator*. Metode regresi *robust* yang sering digunakan adalah estimasi M, namun estimasi M tidak dapat bekerja dengan baik jika data pencilan juga terdapat pada variabel bebas (X). Oleh karena itu, estimasi MM digunakan supaya dapat mengatasi pencilan data yang terdapat pada variabel bebas (X) maupun variabel terikat (Y). Berikut adalah persamaan regresi *robust*.

$$Y_i = \alpha_i + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \sum_k \gamma_k \, Kontrol_{k,i} + \varepsilon_i$$

$$Y_i = \alpha_i + \beta_1 KK_i + \beta_2 R_i + \beta_3 Usia_i + \beta_4 Dom_i + \beta_5 Gen_i + \beta_6 Stat_i + \beta_7 Inc_i + \varepsilon_i$$

Keterangan:

Y_i = variabel dependen donasi

α_i = bilangan konstan

β = koefisien regresi

X_1 = variabel independen keamanan keuangan

X_2 = variabel independen religiusitas

Kontrol = variabel kontrol usia, domisili, jenis kelamin, status pernikahan, dan pendapatan

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB IV
ANALISIS DAN DISKUSI

Bab ini menjelaskan analisis hasil penelitian dimulai dari pengumpulan data, pemeriksaan manipulasi, analisis deskriptif, analisis faktor, uji hipotesis, dan pembahasan. Pada bab ini, hasil penelitian akan dibahas sesuai dengan teori-teori yang sudah dikumpulkan dari studi literatur dan sesuai dengan kondisi di Indonesia.

4.1 Pengumpulan Data

Pada sub-bab ini, proses pengumpulan data akan dijelaskan berawal dari *pilot test*, uji validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner, dan penyebaran kuesioner untuk pengambilan data penelitian.

4.1.1 Pilot Test

Sebelum kuesioner disebarkan, *pilot test* dilakukan untuk memastikan instrumen penelitian dapat dimengerti. Selain itu, *pilot test* juga dilakukan untuk memastikan pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner sudah valid dan reliabel. Pengujian kuesioner dilakukan pada sampel penelitian berukuran kecil, yaitu kurang dari sama dengan 30 responden (Malhotra, 2010). Pengambilan data untuk keperluan *pilot test* dilakukan pada tanggal 12-15 April 2020. Dari hasil penyebaran untuk keperluan *pilot test,* 31 responden berhasil dikumpulkan. Beberapa responden memberikan masukan untuk instrumen penelitian yang mereka rasa kurang ramah tampilannya jika diakses melalui ponsel. Oleh karena itu, instrumen penelitian perlu diperbaiki sebelum benar-benar digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Sembari memperbaiki instrumen penelitian, hasil *pilot test* diolah menggunakan SPSS untuk menguji ketepatan dan keandalan instrumen kuesioner. Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas.

4.1.1.1 Uji Validitas

Data yang diperoleh dikorelasikan terlebih dahulu untuk mengetahui suatu pernyataan untuk pengukuran valid atau tidak. Pengukuran variabel keamanan keuangan (KK) dan religiusitas (R) dilakukan dengan cara memberi responden kalimat pernyataan, lalu skala satu sampai tujuh digunakan sebagai ukuran kondisi responden. Skala satu berarti sangat tidak menggambarkan responden, sedangkan skala tujuh berarti sangat sesuai dengan kondisi responden. Tabel 4.1 merupakan

hasil uji validitas pernyataan-pernyataan untuk mengukur keamanan keuangan (KK1 – KK8) seseorang, sedangkan Tabel 4.2 merupakan hasil uji validitas untuk mengukur religiusitas (R1 – R8) seseorang. Setelah mengamati nilai koefisien korelasi dan membandingkannya dengan nilai r_{tabel} (untuk N=31, nilai r_{tabel} adalah sebesar 0,355) ditemukan bahwa 2 butir pernyataan untuk mengukur variabel keamanan keuangan (KK) tidak valid, sedangkan semua pernyataan untuk mengukur variabel religiusitas (R) sudah valid. Pernyataan untuk mengukur variabel Keamanan Keuangan (KK) yang tidak valid yaitu pernyataan "Saya lebih suka menyimpan uang, karena saya tidak pernah yakin kapan keadaan akan buruk dan saya butuh uang tunai." dan "Saya mampu menangani jika ada kebutuhan uang mendadak yang cukup besar."

Tabel 4. 1 Uji Validitas Pengukuran Keamanan Keuangan

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KK1	0,728	0,355	Valid
KK2	0,553	0,355	Valid
KK3	0,165	0,355	Tidak valid
KK4	0,590	0,355	Valid
KK5	0,594	0,355	Valid
KK6	0,507	0,355	Valid
KK7	0,131	0,355	Tidak valid
KK8	0,554	0,355	Valid

Tabel 4. 2 Uji Validitas Pengukuran Religiusitas

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
R1	0,773	0,355	Valid
R2	0,550	0,355	Valid
R3	0,761	0,355	Valid
R4	0,875	0,355	Valid
R5	0,786	0,355	Valid
R6	0,743	0,355	Valid
R7	0,884	0,355	Valid
R8	0,438	0,355	Valid

4.1.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan memanfaatkan koefisien *Cronbach's Alpha*. Jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) > 0.6 maka instrumen

memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen tersebut terpercaya (Juliandi, et al., 2014). Pada variabel religiusitas, nilai koefisien reliabilitas adalah 0,863. Angka tersebut menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan untuk mengukur religiusitas seseorang sudah konsisten dan terpercaya. Pada pengukuran variabel keamanan keuangan, nilai koefisien reliabilitasnya sebesar 0,483 (kurang dari 0,6). Setelah dua pertanyaan yang tidak valid dihilangkan, nilai koefisien reliabilitas naik menjadi 0,655. Oleh karena itu, dua pertanyaan yang tidak valid tersebut dieliminasi sebelum kuesioner disebarkan untuk pengambilan data yang sebenarnya.

4.1.2 Penyebaran Kuesioner

Setelah melakukan *pilot test* dan memperbaiki instrumen penelitian, pengumpulan data penelitian dilakukan. Pengumpulan data dilakukan pada 5 Mei 2020 – 31 Mei 2020 dengan menyebarkan kuesioner melalui tautan intip.in/surveisebentar yang merupakan tautan cepat menuju situs https://www.psytoolkit.org/c/3.0.0/survey?s=BLR8A. Saat memasuki kuesioner tersebut, responden akan melalui sesi pertanyaan demografi, dilanjutkan dengan pertanyaan untuk mengukur keamanan keuangan dan religiusitas, lalu terakhir pemberian ilustrasi situs donasi. Pada bagian pemberian ilustrasi situs donasi, terdapat ilustrasi situs donasi yang menampilkan informasi sosial dan situs donasi yang tidak menampilkan informasi sosial. Masing-masing responden akan diberikan salah satu dari dua ilustrasi tersebut dan pemberian ilustrasi dilakukan secara acak, sehingga terdapat randomisasi.

Tautan survei disebarkan melalui komunitas-komunitas yang dimiliki peneliti. Pada tanggal 25 Mei 2020, evaluasi dilakukan pada data yang terkumpul untuk melihat persebaran data. Dari evaluasi tersebut, peneliti mengetahui bahwa persebaran usia kurang merata. Oleh karena itu, pada tanggal 26 Mei – 30 Mei 2020 dan 23 Juni – 24 Juni 2020 peneliti menggunakan layanan iklan milik *Facebook* atau *Facebook Ads Manager*. Selain mempercepat pengumpulan data, penggunaan layanan iklan *Facebook* juga ditujukan untuk menambah persebaran usia dan persebaran tempat tinggal. 537 responden diperoleh dari proses pengumpulan data selama Bulan Mei dan Juni. Data yang terkumpul tersebut terdiri atas dua kelompok

perlakuan. Berikut adalah data jumlah responden berdasarkan kelompok perlakuan dan kelompok kontrol (Tabel 4.3).

Tabel 4. 3 Data Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Manipulasi

Kelompok	Jumlah Responden	Persentase (%)
Perlakuan	299	56
Kontrol	238	44
Total	537	100

4.2 Pemeriksaan Manipulasi

Manipulasi merupakan perwujudan dari variabel independen yang diharapkan mampu mempengaruhi respon subjek. Kesuksesan atau kegagalan implementasi sebuah manipulasi akan menentukan validitas hasil penelitian. Oleh karena itu, hal penting yang harus dilakukan adalah mengetahui seberapa paham responden terhadap manipulasi yang dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini, informasi sosial merupakan variabel independen yang dimanipulasi. Pengecekan manipulasi dilakukan dengan memberi pertanyaan seperti yang sudah disebutkan pada bab sebelumnya. Responden yang mendapat perlakuan atau manipulasi, tetapi mengaku tidak melihat informasi sosial yang diberikan akan diseleksi dan tidak dijadikan sampel penelitian. Hasil pemeriksaan manipulasi dapat dilihat pada tabel 4.4. Pada kelompok perlakuan, 193 dari 238 responden atau 64,5% lolos pemeriksaan manipulasi. Pada kelompok kontrol, semua responden menjadi sampel penelitian karena mereka tidak mendapatkan manipulasi. Dari keseluruhan responden, data responden yang valid sebanyak 431 atau sebesar 80,3%.

Tabel 4. 4 Hasil Pemeriksaan Manipulasi

Kelompok	Jumlah Responden	Responden Lolos Pemeriksaan Manipulasi	Persentase (%)
Perlakuan	299	193	64,5
Kontrol	238	238	100
Total	537	431	80,3

4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan pada data yang telah terkumpul dan telah lolos pemeriksaan manipulasi. Dengan melakukan analisis deskriptif, persebaran data

dapat diketahui. Analisis deskriptif dilakukan dengan bantuan *software* IBM SPSS Statistics 21.

4.3.1 Analisis Demografi

Analisis demografi dilakukan untuk mengetahui profil responden yang terlibat dalam penelitian. Data demografi berupa usia, jenis kelamin, domisili, dan rata-rata pendapatan bulanan (Tabel 4.5). Berikut adalah data demografi responden.

Tabel 4. 5 Analisis Demografi Responden

Demografi Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
Usia		
20-22	128	29,7
23-25	119	27,6
26-28	66	15,3
29-31	61	14,2
32-35	57	13,2
Total	431	100,0
Jenis Kelamin		
Pria	170	39,4
Wanita	261	60,6
Total	431	100,0
Domisili		
Sumatra	32	7,4
Jawa Barat	93	21,6
Jawa Tengah	39	9,0
Jawa Timur	227	52,7
Sulawesi	13	3,0
Nusa Tenggara	7	1,6
Bali	3	0,7
Kalimantan	10	2,3
Maluku	3	0,7
Luar negeri	4	0,9
Total	431	100,0
Pendapatan		
< 2 juta	259	60,1
2 juta - 5 juta	125	29,0
6 juta - 10 juta	44	10,2
11 juta - 15 juta	2	0,5
16 juta - 20 juta	1	0,2
Total	431	100.0

Tabel 4. 5 Analisis Demografi Responden (lanjutan)

Status Pernikahan		
Menikah	130	30,2
Belum Menikah	301	69,8
Total	431	100,0

Responden penelitian mayoritas berada berada pada rentang usia 20-22 dan 23-25 yaitu sebesar 29,7% dan 27,6%. Hal ini sesuai dengan data AJPII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia) yang telah dipaparkan pada Bab 1, bahwa diantara kelompok usia yang lain, pengguna internet terbanyak ada pada rentang usia tersebut. Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, proporsi responden pria dan wanita juga cukup seimbang yaitu sebesar 40% adalah pria dan 60% merupakan responden wanita.

Domisili responden tersebar di seluruh Indonesia. Responden yang berdomisili di Jawa Timur terbanyak yaitu sebesar 52,7%, kemudian diikuti oleh responden yang berdomisili di Jawa Barat 21,6%; Jawa Tengah 9,0%; Pulau Sumatra sebesar 7,4%; Kalimantan sebesar 2,3%; Sulawesi sebesar 3,0%; Nusa Tenggara sebesar 1,6%; Bali sebesar 0,7%; Maluku sebesar 0,7%; dan sisanya sebesar 0,9% merupakan mahasiswa Indonesia yang sedang menempuh studi di luar negeri (Taiwan dan Malaysia). Dari data yang didapatkan, responden tersebar di setiap pulau di Indonesia, sehingga hasil penelitian dapat merepresentasikan masyarakat Indonesia.

Responden yang sudah menikah sebanyak 130 atau sebesar 30,2%, sedangkan responden yang belum menikah sebanyak 301 atau sebesar 69,8%. Pendapatan responden penelitian mayoritas kurang dari Rp 2.000.000 per bulan yaitu sebesar 60,1%. Urutan kedua adalah kelompok responden dengan pendapatan rata-rata per bulan Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000 yaitu sebesar 29,0%; kemudian diikuti kelompok responden dengan pendapatan rata-rata per bulan Rp 6.000.000 – Rp 10.000.000 sebesar 10,2%; pendapatan Rp 11.000.000 – 15.000.000 sebesar 0,5%; dan pendapatan Rp 16.000.000 – Rp 20.000.000 sebesar 0,2. Hal ini sesuai dengan umur responden kebanyakan yang berada pada usia 20 – 25. Mahasiswa atau pekerja muda berada pada rentang usia tersebut, sehingga pendapatan bulanan mereka belum terlalu tinggi.

4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Indikator

Selain melakukan analisis demografi responden, analisis deskriptif juga dilakukan pada seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, variabel Informasi Sosial dimanipulasi, sehingga terhadap dua kelompok yaitu kelompok perlakuan (ditandai dengan angka 1) dan kelompok kontrol (ditandai dengan angka 2). Dua variabel independen lain yaitu Keamanan Keuangan (KK) dan Religiusitas (R) diukur menggunakan pertanyaan dengan jawaban skala satu sampai tujuh. Variabel dependen atau Y adalah nominal donasi responden. Hasil analisis deskriptif pada variabel-variabel penelitian yang diukur adalah sebagai berikut (Tabel 4.6 dan Tabel 4.7).

Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Indikator

Variabel	Indikator	Mean	Median	Modus	Standar Deviasi
Keamanan Keuangan (KK)	KK1	4,15	4	3	1,550
	KK2	3,39	3	3	1,156
	KK4	3,93	4	5	1,346
	KK5	4,20	4	5	1,507
	KK6	3,78	4	4	1,362
	KK8	4,16	4	5	1,296
	Overall	3,93			
Religiusitas (R)	R1	6,03	6	7	1,152
	R2	4,42	5	5	1,667
	R3	6,22	7	7	1,218
	R4	6,07	6	7	1,166
	R5	6,29	7	7	0,996
	R6	6,10	7	7	1,163
	R7	6,22	7	7	1,040
	R8	6,19	7	7	1,051
	Overall	5,94			
Perilaku Donasi	Nominal donasi	1.162.204	1.000.000	1.000.000	1.117.268,27

Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Donasi Berdasarkan Kelompok Eksperimen

Kelompok	Mean	Median	Standar Deviasi	Max	Min
Perlakuan	990.127,33	750.000	1.025.324,45	6.690.000	0
Kontrol	1.301.745,19	1.000.000	1.170.248,64	7.340.000	0

4.4 Analisis Faktor

Tabel 4. 8 menunjukkan uji KMO and Bartlett yang merupakan uji asumsi. Nilai KMO lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,880. Hal tersebut menandakan *observed variable* dinilai cukup untuk setiap faktor. Uji Bartlett juga menunjukkan angka yang signifikan pada p=0,000. Oleh karena itu, analisis faktor sesuai dan variabel-variabel ini memiliki korelasi yang cukup tinggi untuk menjadi dasar setiap faktor. Tabel 4. 9 menunjukkan komunalitas. Pada nilai *extraction*, dua variabel amatan yaitu KK6 dan R2 memiliki nilai ekstraksi yang paling rendah pada masing-masing faktor. Hal tersebut menunjukkan variabel amatan kurang menjelaskan faktor keamanan keuangan dan religiusitas. Oleh karena itu, dua variabel tersebut harus dikeluarkan dari pengujian.

Tabel 4. 8 KMO and Bartlett's Test (Analisis Faktor 1)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,880
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2385,258
	df	91
	Sig.	0,000

Tabel 4. 9 Komunalitas (Analisis Faktor 1)

Faktor	Initial	Extraction
KK1	1,000	0,621
KK2	1,000	0,291
KK4	1,000	0,411
KK5	1,000	0,655
KK6	1,000	0,280
KK8	1,000	0,382
R1	1,000	0,604
R2	1,000	0,058
R3	1,000	0,493
R4	1,000	0,647
R5	1,000	0,756
R6	1,000	0,575
R7	1,000	0,776
R8	1,000	0,688

Analisis faktor dilakukan lagi tanpa dua variabel yang sudah disebutkan pada paragraf sebelumnya. Tabel 4. 10 menunjukkan hasil uji KMO dan Bartlett. Nilai KMO masih lebih besar dari 0,6 dan lebih besar dari uji yang pertama yaitu sebesar 0,883 dan uji Bartlett menunjukkan

angka signifikan pada p=0,000, sehingga analisis faktor sesuai dan dapat dilanjutkan. Pada

Tabel 4. *11*, nilai ekstraksi setiap variabel amatan tidak mendekati 0, sehingga variabel-variabel tersebut cukup dapat menjelaskan faktor keamanan keuangan dan religiusitas.

Tabel 4. 10 KMO and Bartlett's Test (Analisis Faktor 2)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,883
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2261,920
	df	66
	Sig.	0,000

Tabel 4. 11 Komunalitas (Analisis Faktor 2)

Faktor	Initial	Extraction
KK1	1,000	0,625
KK2	1,000	0,299
KK4	1,000	0,451
KK5	1,000	0,622
KK8	1,000	0,429
R1	1,000	0,604
R3	1,000	0,496
R4	1,000	0,658
R5	1,000	0,762
R6	1,000	0,577
R7	1,000	0,776
R8	1,000	0,691

Tabel 4. 12 menunjukkan kemungkinan faktor yang dapat terbentuk. Dua faktor memiliki *Eigenvalues* lebih besar dari satu, sehingga dua faktor ini yang dapat digunakan untuk analisis. Dua faktor tersebut yang akan diekstrak nilainya oleh SPSS. Tabel 4. 13 menunjukkan matriks komponen sesudah dirotasi. Dengan melihat tabel ini, kita dapat mengetahui *observed variable* termasuk dalam faktor 1 atau 2. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor pertama terdiri atas pertanyaan R1, R3, R4, R5, R6, R7, dan R8, sedangkan faktor kedua terdiri atas pertanyaan KK1, KK2, KK4, KK5, dan KK8. Faktor *loading* dari semua butir pertanyaan juga menunjukkan nilai yang bagus yaitu lebih besar dari 0,3. Oleh karena itu, hasil analisis faktor telah siap dijadikan dasar untuk uji selanjutnya yaitu uji hipotesis.

Tabel 4. 12 Total Variance Explained

Com-ponent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumula-tive %	Total	% of Variance	Cumula-tive %	Total	% of Variance	Cumula-tive %
1	4,540	37,837	37,837	4,540	37,837	37,837	4,536	37,799	37,799
2	2,449	20,406	58,243	2,449	20,406	58,243	2,453	20,444	58,243
3	0,847	7,057	65,299						
4	0,753	6,279	71,578						
5	0,646	5,384	76,962						
6	0,611	5,094	82,055						
7	0,506	4,217	86,273						
8	0,384	3,197	89,469						
9	0,375	3,128	92,597						
10	0,368	3,065	95,663						
11	0,311	2,591	98,253						
12	0,210	1,747	100,000						

Tabel 4. 13 Rotated Component Matrix

Faktor	1	2
KK1		0,790
KK2		0,544
KK4		0,670
KK5		0,787
KK8		0,654
R1	0,774	
R3	0,700	
R4	0,811	
R5	0,871	
R6	0,750	
R7	0,878	
R8	0,831	

4.5 Uji Asumsi

Sebelum menguji hipotesis, uji asumsi dilakukan untuk mengetahui kelayakan data. Uji validitas dan reliabilitas telah dilakukan pada instrumen penelitian saat *pilot test*. Selain itu, analisis faktor juga telah dilakukan, sehingga instrumen pengukuran dan konstruk dari variabel penelitian telah valid dan handal. Uji asumsi yang akan dijelaskan hasilnya adalah uji outlier, uji normalitas, dan uji homogenitas.

4.5.1 Uji Outliers

Deteksi terhadap data *outlier* dilakukan dengan mengkonversi nilai data ke dalam skor *standardized* atau Z-*score*. Pada penelitian ini, data yang ditoleransi adalah data dengan Z-*score* -2,5 sampai 2,5. Di luar nilai tersebut, data dianggap *outlier*. Tabel 4.14 menunjukkan banyaknya data pencilan. Pada sumbu X maupun Y terdapat data pencilan, sehingga total data pencilan adalah sebanyak 26.

Tabel 4. 14 Data Pencilan berdasarkan Z-*score*

Data Pencilan	X	Y	Total
	10	16	26

4.5.2 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov pada penelitian ini. Nilai residual dari model regresi linear akan digunakan untuk melihat kenormalan distribusi data. Nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov yang lebih besar dari 0,05 menandakan data berdistribusi normal. Sebaliknya, signifikansi yang kurang dari 0,05 menunjukkan data tidak berdistribusi normal. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000. Dengan begitu, data pada penelitian ini tidak normal, sehingga uji hipotesis tidak bisa menggunakan uji beda parametrik dan regresi OLS. Pada penelitian ini, uji hipotesis akan dilakukan dengan uji beda non-parametrik dan *robust regression*.

4.5.3 Uji Homogenitas

Uji homogenitas yang digunakan adalah uji *Levene*. Data dikatakan homogen berdasarkan nilai signifikansi uji *Levene*. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan data berasal dari populasi yang sama. Sebaliknya, nilai signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan data tidak homogen atau berasal dari populasi yang berbeda. Hasil uji *Levene* yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 yaitu 0,452. Hal ini menunjukkan bahwa data berasal dari populasi yang sama dan dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan Mann-Whitney U-*test*.

4.6 Uji Hipotesis

Data yang telah terkumpul tidak berdistribusi normal dan terdapat data-data pencilan. Di sisi lain, data-data pencilan tersebut harus tetap diamati untuk menangkap informasi secara utuh. Oleh karena itu, uji beda non-parametrik dan

regresi *robust* digunakan untuk menguji hipotesis. Hipotesis pertama akan diuji menggunakan uji beda non-parametrik yaitu Mann-Whitney U-test. *Robust Regression* akan digunakan untuk menguji hipotesis kedua dan ketiga.

4.6.1 Mann-Whitney U-test

Uji beda dengan Mann-Whitney U-test dilakukan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS Statistics 21. Uji Mann-Whitney U sangat sensitif terhadap perbedaan median, sehingga ada atau tidaknya perbedaan perilaku antara dua kelompok dapat diketahui dari hasil signifikansi uji Mann-Whitney U. Tabel 4. 15 menunjukkan hasil Mann Whitney U-test dan dari hasil tersebut, nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 atau kurang dari 0,01. Dengan begitu, H0 dapat ditolak dan H1 diterima yang artinya ada perbedaan perilaku antara kelompok yang diberi informasi sosial dan kelompok kontrol yang tidak diberi informasi sosial.

Tabel 4. 15 Mann Whitney U-Test

	Donasi
Mann-Whitney U	18389,000
Wilcoxon W	37110,000
Z	-3,572
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,000

4.6.2 Analisis Regresi *Robust*

Hasil regresi *robust* dengan mm-*estimation* antara variabel keamanan keuangan, religiusitas, usia, domisili, jenis kelamin, status pernikahan, dan pendapatan dengan variabel dependen donasi dapat dilihat pada Tabel 4. 16. Baris pertama pada setiap variabel menunjukkan nilai β yang diperoleh dari analisis regresi. Nilai ini yang akan digunakan pada persamaan regresi untuk menghitung pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 16 Hasil Regresi

Variabel	**OLS**	**Robust Regression m-estimator**	**Robust Regression mm-estimator******
KeamananFin	76871,08	25180,95	-2156,78
	0,159	0,481	0,947
Religiusitas	97323,98	44417,33	22062,58
	0,067***	0,166	0,457

Tabel 4. 16 Hasil Regresi (lanjutan)

Usia	-11534,69	11432,42	33950,53
	0,814	0,758	0,346
Domisili	26815,55	13606,97	15614,68
	0,432	0,539	0,420
Gender	18967,68	123232,4	108267,2
	0,864	0,114	0,143
Status	195552,6	253020,7	295856,2
	0,172	0,016**	0,002*
Pendapatan	-289238,8	-164455,5	-115956
	0,000*	0,001*	0,013**
R-squared	0,058	0,058	0,085

*Taraf signifikansi 1% ***Taraf signifikansi 10%
**Taraf signifikansi 5% ****Model yang dipilih

Setelah melakukan analisis regresi *robust*, uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif kemampuan model menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pada Tabel 4. *16*, nilai *R-squared* sebesar 0,085. Hal ini berarti kemampuan variabel independen (dan variabel kontrol) yaitu keamanan keuangan, religiusitas, usia, domisili, jenis kelamin, status pernikahan, dan pendapatan dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 8,5%. Dengan begitu, masih banyak faktor lain selain variabel tersebut yang mampu menjelaskan variabel dependen.

Selanjutnya, uji statistik t (parsial) dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Variabel keamanan keuangan sebagai variabel utama memiliki nilai probabilitas statistik sebesar 0,947 dengan koefisien -2156,78. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,1 atau tidak signifikan terhadap tingkat keyakinan 90% (α = 10%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen keamanan keuangan berpengaruh negatif, tetapi tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen donasi. Variabel utama yang lain adalah variabel religiusitas. Variabel religiusitas memiliki nilai probabilitas statistik sebesar 0,457 dengan koefisien 22062,58. Nilai probabilitas tersebut tidak signifikan pada tingkat kepercayaan 90% (α = 10%). Oleh karena itu, variabel religiusitas menunjukkan pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap variabel dependen donasi.

Variabel kontrol pada penelitian ini adalah usia, domisili, jenis kelamin, status pernikahan, dan pendapatan. Variabel usia memiliki nilai probabilitas statistik sebesar 0,346 dengan koefisien 33950,53. Nilai probabilitas tersebut tidak signifikan pada tingkat kepercayaan 90% (α = 10%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kontrol usia berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel dependen donasi.

Variabel kontrol kedua yaitu domisili memiliki nilai probabilitas statistik sebesar 0,420 dengan koefisien 15614,68. Nilai probabilitas tersebut tidak signifikan pada tingkat kepercayaan 90% (α sebesar 10%). Oleh karena itu, variabel domisili memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel dependen donasi yang dibuktikan dengan nilai koefisien positif dan nilai probabilitas yang lebih besar dari 0,10.

Variabel kontrol yang lain adalah jenis kelamin yang memiliki nilai probabilitas statistik sebesar 0,143 dengan koefisien sebesar 108267,2. Nilai probabilitas tersebut tidak signifikan pada tingkat kepercayaan 90% (α = 10%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel jenis kelamin berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel dependen donasi.

Variabel kontrol keempat yaitu status pernikahan memiliki nilai probabilitas statistik sebesar 0,002 dengan koefisien 295856,2. Nilai probabilitas tersebut signifikan pada tingkat kepercayaan 99% (α = 1%). Hal itu menunjukkan bahwa variabel status pernikahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen donasi. Variabel kontrol yang terakhir yaitu pendapatan memiliki nilai probabilitas statistik sebesar 0,013 dengan koefisien -115956. Nilai probabilitas tersebut signifikan pada tingkat kepercayaan 95% (α = 5%). Hal tersebut membuktikan bahwa variabel pendapatan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel dependen donasi.

4.7 Pembahasan

Pada sub-bab ini, analisis dan interpretasi hasil yang diperoleh mengenai pengaruh informasi sosial, keamanan keuangan, dan religiusitas akan dibahas. Analisis dilakukan berdasarkan landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

4.7.1 Pengaruh Informasi Sosial terhadap Perilaku Donasi

Berdasarkan uji beda dengan Mann-Whitney U-test yang dilakukan, signifikansi hasil menunjukkan angka kurang dari 0,05 yaitu 0. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat perbedaan perilaku berdonasi antara kelompok perlakuan dengan kelompok kontrol. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Croson, Handy, dan Shang (2009) bahwa perilaku donasi seseorang dipengaruhi oleh perilaku donasi orang lain. Penelitian Frey & Meier (2004) juga menyatakan bahwa seseorang akan cenderung berdonasi apabila mengetahui banyak orang lain berdonasi, Croson & Handy (2014) melakukan penelitian lagi, namun pada penelitian ini mereka menggunakan norma sosial sebagai mediasi. Hasil penelitian tetap menunjukkan hal yang sama yaitu informasi sosial mempengaruhi perilaku donasi seseorang. Hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian Smith, Windmeijer, & Wright (2013) yang menemukan bahwa nominal donasi orang lain berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku donasi seseorang. Oleh karena itu, hipotesis pertama pada penelitian ini dapat diterima.

Perbedaan perilaku kelompok perlakuan dengan kelompok kontrol disebabkan karena pemberian stimulus yang berbeda. Kelompok perlakuan mendapatkan ilustrasi *website* yang mengandung informasi sosial yaitu informasi mengenai nominal donasi orang lain dan kelompok kontrol mendapatkan ilustrasi *website* yang tidak mengandung informasi sosial (tanpa informasi mengenai nominal donasi orang lain). Perbedaan perilaku ini sesuai dengan teori kerjasama kondisional. Teori kerjasama kondisional menyatakan bahwa orang cenderung berkontribusi jika melihat orang lain berkontribusi. Lebih jauh lagi, teori kerjasama kondisional menyatakan besaran donasi bergantung pada rata-rata donasi orang lain (Gächter, 2006). Perbedaan perilaku antar kelompok pada penelitian ini dapat dilihat di Tabel 4. *7*. Pada tabel tersebut, median kelompok kontrol lebih besar daripada kelompok perlakuan. Hal ini juga berlaku pada rata-rata donasi yang menunjukkan bahwa rata-rata donasi kelompok kontrol lebih besar yaitu Rp1.301.745,19 daripada kelompok perlakuan yaitu Rp990.127,33. Orang-orang pada kelompok perlakuan melihat besar donasi orang lain pada ilustrasi *website* (Lampiran 1) yang cenderung rendah, sehingga mereka menyesuaikan diri dengan nominal donasi yang tertera di ilustrasi tersebut. Pada ilustrasi yang diberikan

(manipulasi yang diberikan), donasi paling tinggi adalah Rp535.000. Hal tersebut membuktikan bahwa orang-orang yang melihat informasi sosial akan cenderung mengikuti rata-rata donasi yang ditampilkan. Berbeda dengan kelompok kontrol, mereka tidak melihat adanya komparasi, sehingga rata-rata donasi kelompok kontrol lebih tinggi. Informasi sosial dapat menarik seseorang untuk berdonasi karena dengan melihat banyak orang lain berdonasi, seseorang itu bisa lebih percaya pada situs donasi *online* tersebut. Di sisi lain, orang akan cenderung berdonasi mengikuti rata-rata donasi pada informasi yang ditampilkan.

4.7.2 Pengaruh Keamanan Keuangan terhadap Perilaku Donasi

Variabel keamanan keuangan sebagai variabel utama memiliki nilai probabilitas statistik sebesar 0,947 dengan koefisien -2156,78. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,1 atau tidak signifikan terhadap tingkat keyakinan 90% (α = 10%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen keamanan keuangan berpengaruh negatif, tetapi tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen donasi. Hasil analisis regresi tersebut menunjukkan bahwa rasa keamanan keuangan seseorang tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku donasi. Oleh karena itu, hipotesis kedua penelitian ini ditolak. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian oleh Awan & Hameed (2014), Kasri (2013), dan Wiepking & Breeze (2011) yang menyatakan bahwa perasaan aman seseorang terhadap kondisi keuangannya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku donasi. Di sisi lain, hasil penelitian Noor et al. (2015) di Malaysia, Schlegelmilch et al. (1997) di Britania Raya, Lwin et al. (2013) di Brunei menunjukkan bahwa keamanan keuangan tidak berpengaruh signifikan pada perilaku donasi.

Pengaruh keamanan yang tidak signifikan terhadap perilaku donasi tersebut didukung oleh sebuah survei yang dilakukan di Indonesia. Hasil survei menunjukkan bahwa diantara orang-orang Indonesia yang merasakan keamanan keuangan, hanya 37% mengaku dapat memenuhi kebutuhan dasarnya untuk enam bulan ke depan jika mereka tiba-tiba kehilangan sumber pendapatan utama (Mariska, 2019). Selain itu, kebanyakan orang Indonesia berumur 35 belum merencanakan keuangan mereka dan kebanyakan baru merencakan rencana pensiun mereka saat berumur 41. Generasi milenial lebih suka mengalokasikan uang mereka untuk hal-hal konsumtif daripada menyimpannya untuk investasi.

Meskipun generasi milenial merasa memiliki keamanan keuangan, namun pada kenyatannya mereka belum benar-benar memiliki perencanaan dan alokasi keuangan yang baik. Hal tersebut yang menyebabkan rasa keamanan keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku donasi mereka.

Selain karena terdapat perbedaan antara persepsi keamanan keuangan mereka dengan kenyataan yang ada tersebut, perilaku donasi lebih dipengaruhi oleh tujuan yang dimiliki seseorang dalam memberi. Seseorang dengan rasa keamanan keuangan tinggi ataupun seseorang yang tidak merasa aman dengan keadaan keuangannya bisa sama-sama memilih berdonasi atau tidak berdonasi tergantung pada motivasinya. Teori altruisme dan *warm glow* erat kaitannya dengan hal ini. Teori altruisme menyatakan bahwa seseorang berdonasi karena memikirkan kepentingan orang yang membutuhkan dan ingin meningkatkan kesejahteraan orang lain, sedangkan teori *warm glow* menyatakan seseorang berdonasi karena kepentingannya sendiri, seperti ingin mendapatkan pahala, ingin disanjung, atau semacamnya (Crumpler & Grossman, 2008). Pada kenyataannya, seseorang tidak akan benar-benar mementingkan orang lain dan tidak juga memikirkan kepentingannya sendiri. Motivasi berdonasi yang merupakan perpaduan antara altruisme dan *warm glow* lebih berperan memicu perilaku donasi seseorang. Dengan begitu, perasaan subjektif seperti keamanan keuangan bisa menjadi tidak penting jika seseorang sudah memiliki motivasi yang kuat saat ingin berdonasi.

Altruisme orang Indonesia semakin terbukti saat pandemi Covid-19 melanda negeri ini. Tindakan altruisme ini tercermin pada beberapa pengusaha. Para pengusaha sangat merasakan dampak ekonomi dari pandemi Covid-19 karena penjualan mereka menurun. Di tengah menurunnya penjualan dan kebingungan menghidupi pegawai-pegawai mereka, keamanan keuangan mereka tentunya terancam. Namun, hal tersebut tak menghalangi mereka untuk tetap berbagi kepada orang yang lebih membutuhkan. Salah satu donatur di Yayasan Manarul Ilmi ITS mengaku kebingungan menggaji pegawai mereka, karena pendapatan perusahaan yang menurun drastis. Hebatnya, donatur tersebut tidak ketinggalan menyumbang ratusan juta kepada Yayasan Manarul Ilmi ITS untuk kegiatan bagi-bagi sembako. Pengusaha lain juga memiliki cara unik untuk berbagi yaitu dengan memodifikasi kain menjadi masker siap pakai, lalu masker tersebut dibagikan secara gratis.

Contoh lainnya datang dari SENI.IN yang pemiliknya merupakan mahasiswi Manajemen Bisnis ITS (termasuk generasi milenial). Mereka membuat program membeli satu masker dari mereka artinya pembeli juga berdonasi masker untuk orang lain yang membutuhkan (keuntungan digunakan untuk berbagi masker gratis). Hal itu menunjukkan bahwa keamanan keuangan tidak terlalu mempengaruhi perilaku donasi seseorang.

4.7.3 Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Donasi

Berdasarkan analisis regresi yang telah dilakukan, religiusitas seseorang berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku donasi. Hasil tersebut menyebabkan hipotesis ketiga penelitian juga ditolak. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Noor et al. (2015), Schlegelmilch et al. (1997), Lwin et al. (2013), Kasri (2013); Bekkers & Wiepking (2011) Awan & Hameed (2014). Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku donasi. Sebaliknya, hasil penelitian eksperimen lain menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara religiusitas dengan perilaku prososial atau donasi (Darley & Batson, 1973; Ahmed & Hammarstedt, 2011; Ahmed & Salas, 2011; Shariff & Norenzayan, 2007).

Hubungan antara religiusitas dan perilaku prososial menjadi perdebatan tersendiri dalam ilmu keperilakuan. Penelitian Stavrova & Siegers (2013) menjelaskan penemuan-penemuan yang kontradiktif tersebut. Dijelaskan dalam artikelnya, perbedaan temuan tersebut disebabkan oleh perbedaan dimensi religiusitas. Ada dua dimensi religiusitas yaitu orientasi keagamaan ekstrinsik dan orientasi keagamaan intrinsik. Individu yang memegang agama dengan maksud tersembunyi untuk memuaskan kebutuhan pribadi (mencari kenyamanan atau mendapatkan pengakuan sosial) disebut berorientasi ekstrinsik, sedangkan orang yang menjadikan agama sebagai hal utama atau motivasi utama dalam menjalani hidup disebut berorientasi intrinsik. Stavrova & Siegers (2013) juga menjelaskan orang dengan religiusitas ekstrinsik cenderung egois, instrumental (pen: selalu memanfaatkan sesuatu untuk tujuan pribadi), dan dogmatis. Sebaliknya, orang yang memiliki religiusitas intrinsik sering digambarkan ikhlas, sangat menjiwai agamanya, dan baik.

Stavrova & Siegers (2013) membandingkan hubungan antara religiusitas dan perilaku prososial pada banyak negara. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat religiusitas berhubungan signifikan dengan perilaku prososial di negara-negara dengan dorongan beragama lemah (misalnya Swedia, Belanda, atau Denmark). Berbeda dengan negara-negara yang menganggap agama adalah sebuah keharusan (seperti Georgia atau Indonesia), religiusitas seseorang tidak begitu berpengaruh pada perilaku prososial. Hubungan religiusitas, perilaku prososial, dengan konteks sosial tersebut dijelaskan oleh Teori *Self-determination*. Ketika seseorang bebas memilih untuk mengikuti suatu agama, pilihan agama pribadi mereka menjadi komitmen kuat dan orientasi intrinsiknya lebih kuat daripada keyakinan agama yang dipaksakan dalam bentuk norma sosial. Oleh karena itu, agama dengan orientasi intrinsik berhubungan kuat dengan perilaku prososial, sedangkan agama dengan orientasi ekstrinsik tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku prososial (termasuk donasi).

Mayoritas orang Indonesia beragama Muslim yaitu sebesar 87%, namun pemerintah Indonesia juga secara legal mengakui agama lain yaitu Protestan sebesar 6,9%, Katolik sebanyak 2,9%, Hindu sebanyak 1,7%, Budha sebanyak 0,7%, dan Konghucu sebanyak 0,05% (Badan Pusat Statistik, 2011). Warga negara tidak dapat mencantumkan ateisme atau agnostisme, karena negara tidak mengenalinya bahkan orang yang memiliki pandangan tersebut dan menyebarkannya dapat dihukum (Perkins, 2019). Efek dari kebijakan tersebut, pengikut dari agama-agama di Indonesia tidak semuanya berperilaku sama. Misalnya, ada muslim yang benar-benar menjiwai ritual keseharian dan melakukan semua perintah agama. Namun, ada yang beridentitas muslim, tetapi jarang berdoa, jarang mengunjungi masjid, juga jarang membaca Kitab Suci. Perbedaan tersebut juga dapat ditemui pada pemeluk agama lain. Hal inilah yang dimaksud dengan agama yang berorientasi ekstrinsik. Individu di Indonesia masih banyak yang menerima agama sebagai doktrin sosial, sehingga tidak semua berkomitmen kuat terhadap perintah agama termasuk perintah untuk berdonasi. Generasi milenial Indonesia yang disebut-sebut sudah memiliki kesadaran beragama sejak usia muda, bisa jadi juga memiliki agama yang berorientasi ekstrinsik. Oleh karena itu,

religiusitas menjadi tidak berpengaruh signifikan pada perilaku berdonasi (yang merupakan salah satu perintah agama).

4.7.4 Implikasi Manajerial

Pemerintah mendirikan badan penghimpun zakat, infaq, sedekah yang resmi yaitu BAZNAS. Selain itu, lembaga penghimpun donasi yang swasta juga sangat banyak di Indonesia. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pemerintah dan yayasan-yayasan tersebut dalam menghimpun donasi.

1. Informasi sosial yang merupakan informasi mengenai nominal donasi oleh orang lain ternyata menimbulkan perbedaan perilaku donasi. Seseorang akan lebih tertarik untuk berpartisipasi dan berdonasi apabila melihat banyak orang lain juga berdonasi. Seseorang bisa ragu dengan nominal donasinya yang tidak besar, tetapi melihat orang lain berdonasi dengan nominal yang tidak jauh berbeda dapat membuat keraguannya hilang hingga akhirnya orang tersebut memutuskan untuk ikut berdonasi.
2. Keamanan keuangan dan religiusitas yang tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku donasi bisa menjadi alasan bagi yayasan untuk tidak terlalu fokus menyasar orang-orang dengan keamanan keuangan tinggi atau religiusitas tinggi.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, kesimpulan dan saran dijelaskan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini akan menjawab tujuan dari penelitian dan merangkum hasil penelitian.

5.1 Kesimpulan

Studi eksperimen ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal yang mempengaruhi perilaku donasi, seperti informasi sosial, keamanan keuangan, dan religiusitas. Studi eksperimen dirancang dengan maksud mengetahui perbedaan perilaku donasi antara orang yang melihat informasi sosial (informasi mengenai donasi yang dilakukan oleh orang lain) dan mengetahui pengaruh keamanan keuangan serta religiusitas terhadap perilaku donasi. Temuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Informasi sosial menimbulkan perbedaan perilaku donasi pada generasi milenial. Informasi sosial dapat menarik seseorang untuk berdonasi karena dengan melihat banyak orang lain berdonasi, seseorang itu bisa lebih percaya pada situs donasi online tersebut. Di sisi lain, orang akan cenderung berdonasi mengikuti rata-rata donasi pada informasi yang ditampilkan.
2. Keamanan keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku donasi. Diantara orang-orang Indonesia yang merasakan keamanan keuangan, hanya 37% mengaku dapat memenuhi kebutuhan dasarnya untuk enam bulan ke depan jika mereka tiba-tiba kehilangan sumber pendapatan utama. Oleh karena itu, rasa keamanan keuangan tidak berpengaruh karena pada kenyataannya, generasi milenial Indonesia masih berperilaku konsumtif dan belum banyak berinvestasi. Selain itu, perilaku donasi generasi milenial lebih dipengaruhi oleh motivasi pribadinya.
3. Perilaku donasi generasi milenial juga tidak dipengaruhi secara signifikan oleh religiusitas mereka. Hal tersebut disebabkan oleh keagamaan di Indonesia yang masih dipengaruhi oleh norma sosial, sehingga tidak semua orang mempunyai komitmen yang sama dalam menaati perintah agama termasuk perintah untuk berdonasi.

5.2 Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku donasi pada tiap negara bisa berbeda. Perilaku donasi dipengaruhi oleh banyak faktor dan penting bagi pemerintah dan yayasan untuk mengetahui faktor-faktor tersebut. Berikut adalah saran dari peneliti untuk yayasan dan penelitian selanjutnya.

5.2.1 Saran bagi Penghimpun Donasi

Saran bagi yayasan penghimpun donasi yaitu sebagai berikut.

1. Informasi sosial atau informasi mengenai donasi orang lain dapat diungkapkan oleh yayasan sebagai bukti bahwa banyak orang lain yang percaya pada yayasan tersebut, sehingga seseorang juga tertarik untuk turut berdonasi pada yayasan.
2. Penghimpunan donasi juga bisa dilakukan pada banyak tempat atau berbagai kalangan masyarakat tanpa memandang keamanan keuangan atau religiusitasnya.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Studi lanjutan dapat dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor penting lainnya yang dapat mempengaruhi perilaku donasi seseorang. Dengan mengerti perilaku donasi masyarakat, yayasan penghimpun donasi bisa melakukan evaluasi kinerja dalam menghimpun atau mendayagunakan donasi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini adalah adanya bias yang mempengaruhi hasil penelitian. Berdasarkan analisis deskriptif yang telah dilakukan, persebaran demografi responden kurang merata. Peneliti sudah mencoba menambah data responden, tetapi hasil penelitian tidak berubah. Selain itu, data yang didapatkan tidak bertistribusi normal dan terdapat beberapa *outlier*. Oleh karena itu, peneliti menggunakan uji beda non-parametrik dan regresi *robust* untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil R^2 regresi *robust* pada penelitian ini tergolong rendah, karena sangat banyak faktor yang mempengaruhi perilaku donasi seseorang.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmed, A. M., & Salas, O. (2011). Implicit influences of Christian religious representations on dictator and prisoner's dilemma game decisions. *The Journal of Socio-Economics, 40*, 242-246.

Ahmed, A., & Hammarstedt, M. (2011). The effect of subtle religious representations on cooperation. *International Journal of Social Economics, 38*(11), 900-910.

APJII. (2018). *Laporan Survei: Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia.* Jakarta: APJII.

Awan, M. Y., & Hameed, F. (2014). The Effect of Demographic, Socio-economic and Other Characteristics on Donations. *Current Research Journal of Social Sciences, 6*(2), 55-76.

Badan Pusat Statistik. (2011). *Kewarganegaraan, Suku Bangsa, Agama, dan Bahasa Sehari-hari Penduduk Indonesia: Hasil Sensus Penduduk 2010.* Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Barclays. (2009). *Barriers to Giving: Research into the evolving world of philanthropy.* London: Barclays.

Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). Who gives? A literature review of predictors of charitable giving. *Voluntary Sector Review, 2*(3), 337-365.

Brent, D. A., Friesen, L., Gangadharan, L., & Leibbrandt, A. (2016). Behavioral Insights from Field Experiments in Environmental Economics. *Discussion Paper, 34*(16), 1-49.

Brief, A. P., & Motowidlo, S. J. (1986). Prosocial organizational behaviors. *The Academy of Management Review, 11*(4), 710-725.

Charities Aid Foundation. (2018). *CAF World Giving Index 2018: A Global View of Giving Trends.* London: CAF.

Croson, R. T., Handy, F., & Shang, J. (2014). Keeping up with the Joneses: the relationship between norms, social information and subsquenet charitable giving. *Social Norms and Giving*, 1-32.

Croson, R., & Shang, J. (. (2008). The impact of downward social information on contribution decisions. *Experimental Economics, 11*(3), 221-233.

Croson, R., Handy, F., & Shang, J. (2009). Keeping Up with the Joneses: The relationship of perceived descriptive social norms, social information, and charitable giving. *Nonprofit Management & Leadership, 19*(4), 467-489.

Crumpler, H., & Grossman, P. J. (2008). An Experimental Test of Warm Glow Giving. *Journal of Public Economics, 92*(5-6), 1011-1021.

Darley, J. M., & Batson, D. (1973). "From Jerusalem to Jericho": A Study of Situational and Dispositional Variables in Helping Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 27*(1), 100-108.

Frey, B. S., & Meier, S. (2004). Social Comparisons and Pro-social Behavior: Testing "Conditional Cooperation" in a Field Experiment. *The AMerican Economic Review, 94*(5), 1717-1722.

Gächter, S. (2006). Conditional cooperation: Behavioral regularities from the lab and the field and their policy implications. *CeDEx Discussion Paper, 03*, 1-30.

Glock, C., & Stark, R. (1966). *Religion and Society in Tension.* Chicago: University of California.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis: Exploratory Data Analysis in Business and Economics.*

Hartono, J. (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman* (6th ed.). Yogyakarta: BPFE.

Hasyim, F. (2018). Gerakan Filantropi Islam di Amerika. *Jurnal Studi Al-Qur'an, 14*(1), 16-31.

Idler, E. L., Musick, M. A., Ellison, C. G., George, L. K., Krause, N., Ory, M. G., . . . Williams, D. R. (2003). Measuring multiple dimensions of religion and spirituality for health research. *Research on Aging, 25*(4), 327-365.

IDN Research Institute. (2019). *Indonesia Millenial Report 2019.* Jakarta: IDN Research Institute.

Intan, N. (2018, Oktober). *Perkembangan Lembaga Zakat di Indonesia Kian Signifikan*. Retrieved Februari 6, 2020, from Republika: https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/18/10/02/pfyuu4313-perkembangan-lembaga-zakat-di-indonesia-kian-signifikan

Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis.* Medan: Umsu Press.

Kasri, R. A. (2013). Giving behaviors in Indonesia: motives and marketing implications for Islamic charities. *Journal of Islamic Marketing, 4*(3), 306-324.

KBBI. (2018). *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Yufid.

Keser, C., & Winden, F. v. (2000). Conditional Cooperation and Voluntary Contributions to Public Goods. *Scandinavian Journal of Economics, 102*(1), 23-29.

Kitabisa.com. (2018). *Online Giving Report 2018: Insights for Nonprofits & Brands.* Jakarta: Kitabisa.com.

Kitchen, H. (1992). Determinants of charitable donations in Canada: a comparison over time. *Applied Economics, 24*, 709-713.

Lazuardi, G. (2018, Agustus 29). *Generasi Milenial Tidak Mudah Terpengaruh Isu SARA.* Retrieved Maret 09, 2020, from Tribunnews: https://www.tribunnews.com/

Lwin, M., Phau, I., & Lim, A. (2013). Charitable donations: empirical evidence from Brunei. *Asia-Pacific Journal of Business Administration, 5*(3), 215-233.

Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation.* Georgia: Pearson.

Mariska, D. (2019, Oktober 30). *Financial Literacy, Security and Inclusion Low Among Indonesians: Study*. Retrieved Juli 19, 2020, from Jakarta Globe: https://jakartaglobe.id/business/financial-literacy-security-and-inclusion-low-among-indonesians-study/

Nahartyo, E. (2013). *Desain dan Implementasi Riset Eksperimen* (2 ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Newman, C., & Caroll, J. (2014). An Econometric Analysis of Charitable Donations in the Republic of Ireland. *The Economic and Social Review, 36*(3), 229-249.

Noor, A. H., Isa, N. A., Irpan, H. M., Bahrom, H. B., Salleh, A. B., & Ridzuan, A. R. (2015). Characteristic Affecting Charitable Donations Behavior:

Empirical Evidence from Malaysia. *Procedia Economics and Finance, 31*, 563-572.

Perkins, M. (2019, Agustus 06). *Religion in Indonesia*. Retrieved Juli 22, 2020, from Learn Religions: https://www.learnreligions.com/religion-in-indonesia-4588353

Prawitz, A. D., Garman, E. T., Sorhaindo, B., O'Neill, B., Kim, J., & Drentea, a. P. (2006). InCharge Financial Distress/Financial Well-Being Scale: Development, Administration, and Score Interpretation. *Financial Counseling and Planning, 17*(1), 34-50.

Prihadi, S. D. (2017, April 26). *Tren Beramal Melalui Internet*. Retrieved Maret 06, 2020, from CNN Indonesia: https://cnnindonesia.com/teknologi

Purnamasari, D. (2018, Juni 5). *Generasi Milenial Suka Memberi Sumbangan*. Retrieved April 27, 2020, from Tirto.id: https://tirto.id/generasi-milenial-suka-memberi-sumbangan-cLHu

Quicken. (2020). *Overview: What Financial Security*. Retrieved Februari 24, 2020, from Quicken: https://www.quicken.com/what-financial-security

Ramli, R. (2019, Juli 11). *Survei: 69 Persen Milenial Indonesia Tidak Mengerti Investasi*. Retrieved Maret 2020, from iNews.id: https://www.inews.id/finance/keuangan/survei-69-persen-milenial-indonesia-tidak-mengerti-investasi

Romdi, Wahyuningsih, S., & Yuniarti, D. (2015). Regresi Robust Linear Sederhana dengan Menggunakan Estimasi MM (Method of Moment). *Jurnal Eksponensial, 6*(2), 179-186.

Sari, R. C., & Sholihin, M. (2019). Religiosity and clawback provision to curb earnings management. *Journal of Management, Spirituality & Religion, 16*(4), 372-390.

Schervish, P. G., Havens, J., & Whitaker, A. K. (2005). Philanthropy's Indispensable Ally. *Philanthropy, 19*(3), 8-9.

Schlegelmilch, B. B., Diamantopoulos, A., & Love, A. (1997). Characteristics affecting charitable donations: empirical evidence from Britain. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science, 3*(1), 14-28.

Shang, J., & Croson, R. (2009). A Field Experiment in Charitable Contribution: The Impact of Social Information on The Voluntary Provision of Public Goods. *The Economic Journal, 119*, 1422-1439.

Shariff, A. F., & Norenzayan, A. (2007). God is watching you: Priming God concepts increases prosocial behavior in an anonymous economic game. *Psychological Science, 18*, 803-809.

Smith, S., Windmeijer, F., & Wright, E. (2013). Peer Effects in Charitable Giving: Evidence from the (Running) Field. *The Economic Journal, 125*, 1053-1071.

Stavrova, O., & Siegers, P. (2013). Religious Prosociality and Morality Across Cultures: How Social Enforcement of Religion Shapes the Effects of Personal Religiosity on Prosocial and Moral Attitudes and Behaviors. *Personality and Social Psychology Bulletin, 20*, 1-19.

Stoet, G. (2010). PsyToolkit: A software package for programming psychological experiments using Linux. *Behavior Research Methods, 42*(4), 1096-1104.

Stoet, G. (2017). PsyToolkit: A Novel Web-Based Method for Running Online Questionnaires and Reaction-Time Experiments. *Teaching of Psychology, 44*(1), 24-31.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Alfabeta.

Syafina, D. C. (2019, Juli 22). *Mengapa Generasi Milenial Sulit Mengelola Keuangan*. Retrieved Maret 09, 2020, from Tirto.id: tirto.id

Triwijanarko, R. (2019, Maret 24). *Kenali Kebiasaan Spiritual Saving di Kalangan Gen Y dan Gen Z*. Retrieved Maret 03, 2020, from Marketeers: https://marketeers.com

Wiepking, P., & Breeze, B. (2011). Feeling poor, acting stingy: the effect of money perceptions on charitable giving. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 1-12.

World Bank Group. (2018). *GDP (current US$)*. Retrieved Maret 06, 2020, from The World Bank: https://data.worldbank.org/

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LAMPIRAN

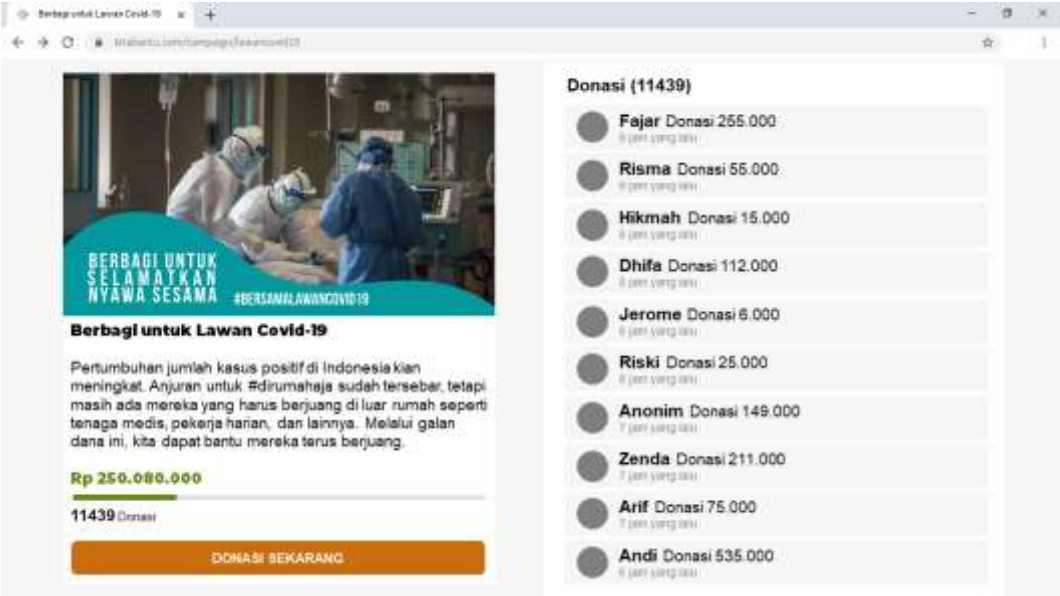
Lampiran 1 Ilustrasi Manipulasi dan Kuesioner (Kelompok Perlakuan)

Instruksi

Anda akan diberi rangkaian ilustrasi mengenai suatu kondisi, sehingga Anda harus membayangkan keadaan tersebut seolah-olah terjadi pada Anda.

Pertanyaan kuesioner berikutnya harap diisi berdasarkan preferensi jawaban pribadi.

Anda sedang berselancar di internet, lalu Anda menemukan situs donasi *online* kitabantu.com. Pada situs tersebut, banyak orang lain yang membutuhkan bantuan Anda. Salah satunya, *campaign* berjudul "Berbagi untuk Lawan Covid-19". Anda membuka tautan tersebut dan melihat tampilan situs seperti pada ilustrasi di bawah ini.



Saat ini, Anda memiliki saldo di ATM sebesar Rp 10.000.000. Setiap bulan, Anda selalu menganggarkan uang untuk kebutuhan sehari-hari, *entertainment & shopping*, tabungan/simpanan, dan donasi. berdasarkan uang Anda saat ini, berapa uang yang Anda alokasikan untuk masing-masing anggaran?

Jenis Anggaran Uang	Alokasi
Kebutuhan sehari-hari	
Entertainment & shopping	
Tabungan/simpanan	
Donasi	

Isi pernyataan-pernyataan berikut sesuai dengan kondisi Anda. STS – Sangat tidak setuju; TS – Tidak setuju; ATS – Agak tidak setuju; N – Netral; AS – Agak setuju; S – Setuju; SS – Sangat setuju							
Pernyataan	STS	TS	ATS	N	AS	S	SS
Saya khawatir biaya hidup bulanan bisa terpenuhi.							
Sebagian besar teman saya memiliki lebih banyak uang daripada saya.							
Saya lebih suka menyimpan uang, karena saya tidak pernah yakin kapan keadaan akan buruk dan saya butuh uang tunai.							
Saya sering mengalami kesulitan dalam membuat keputusan tentang membelanjakan uang dengan jumlah tertentu.							
Saya merasa stress mengenai tingkat keuangan saat ini.							
Saya merasa puas dengan situasi keuangan saat ini.							
Saya mampu menangani jika ada kebutuhan uang mendadak yang cukup besar.							
Saya sering berkata “Saya tidak mampu membelinya”, terlepas saya sebenarnya bisa atau tidak.							

Isi pernyataan-pernyataan berikut sesuai dengan kondisi Anda. STS – Sangat tidak setuju; TS – Tidak setuju; ATS – Agak tidak setuju; N – Netral; AS – Agak setuju; S – Setuju; SS – Sangat setuju							
Pernyataan	STS	TS	ATS	N	AS	S	SS
Saya bergantung kepada Tuhan untuk kekuatan, dukungan, dan bimbingan							
Saya merasa bahwa Tuhan menghukum saya karena dosa-dosa saya atau kurangnya kerohanian							
Saya percaya ada kehidupan setelah kematian							
Saya berusaha untuk membawa kepercayaan agama saya dalam semua urusan lain dalam hidup							
Saya merasakan kehadiran Tuhan							
Saya berhasrat untuk menjadi lebih dekat atau bersatu dengan Tuhan							
Saya merasakan kasih Tuhan untuk saya secara langsung atau melalui orang lain							
Saya tersentuh secara spiritual oleh keindahan penciptaan							

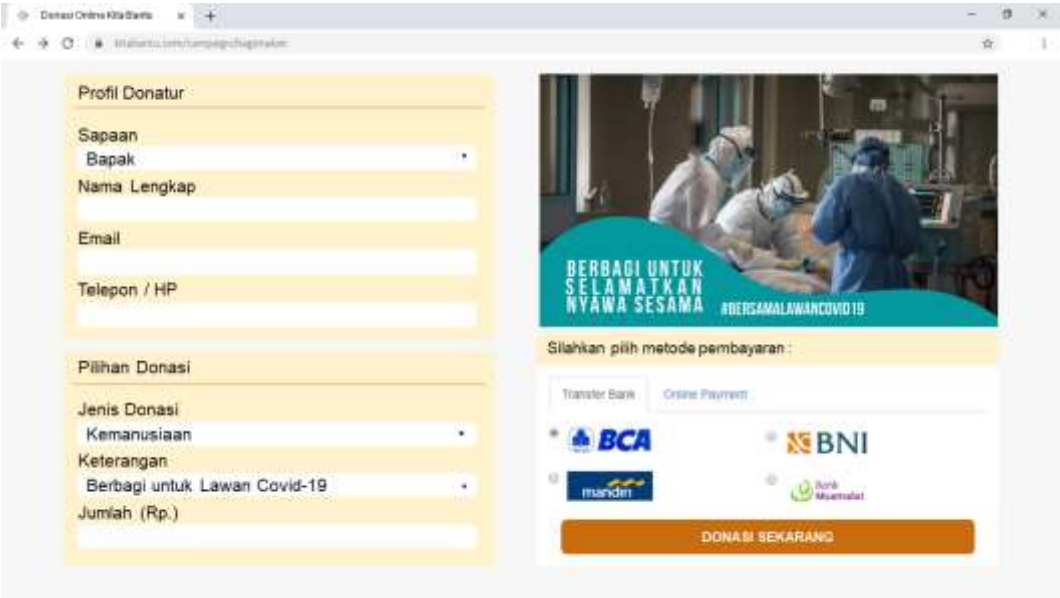
Lampiran 2 Ilustrasi Manipulasi dan Kuesioner (Kelompok Kontrol)

Instruksi

Anda akan diberi rangkaian ilustrasi mengenai suatu kondisi, sehingga Anda harus membayangkan keadaan tersebut seolah-olah terjadi pada Anda.

Pertanyaan kuesioner berikutnya harap diisi berdasarkan preferensi jawaban pribadi.

Anda sedang berselancar di internet, lalu Anda menemukan situs donasi *online* kitabantu.com. Pada situs tersebut, banyak orang lain yang membutuhkan bantuan Anda. Salah satunya, *campaign* berjudul "Berbagi untuk Lawan Covid-19". Anda membuka tautan tersebut dan melihat tampilan situs seperti pada ilustrasi di bawah ini.



Saat ini, Anda memiliki saldo di ATM sebesar Rp 10.000.000. Setiap bulan, Anda selalu menganggarkan uang untuk kebutuhan sehari-hari, *entertainment & shopping*, tabungan/simpanan, dan donasi. berdasarkan uang Anda saat ini, berapa uang yang Anda alokasikan untuk masing-masing anggaran?

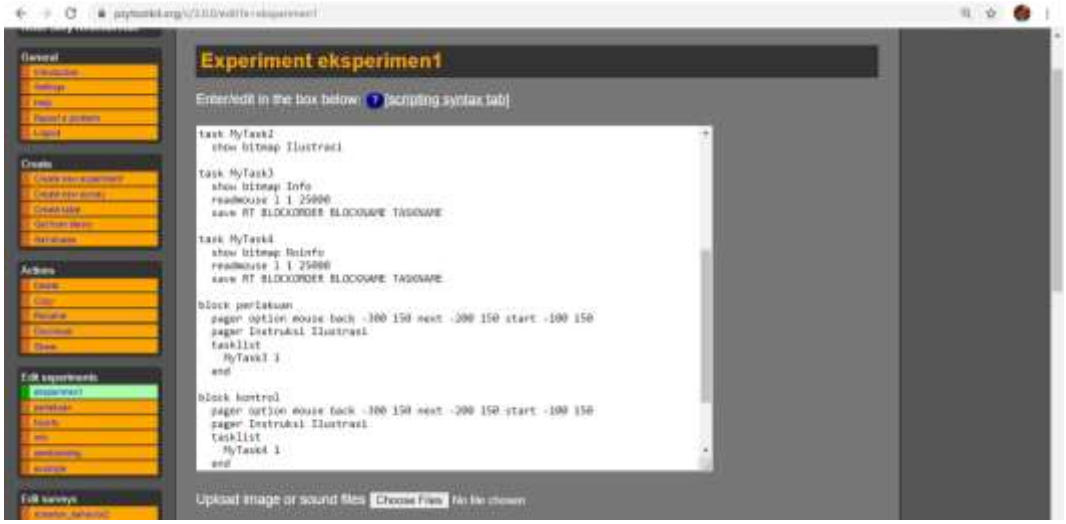
Jenis Anggaran Uang	Alokasi
Kebutuhan sehari-hari	
Entertainment & shopping	
Tabungan/simpanan	
Donasi	

Isi pernyataan-pernyataan berikut sesuai dengan kondisi Anda. STS – Sangat tidak setuju; TS – Tidak setuju; ATS – Agak tidak setuju; N – Netral; AS – Agak setuju; S – Setuju; SS – Sangat setuju							
Pernyataan	STS	TS	ATS	N	AS	S	SS
Saya khawatir biaya hidup bulanan bisa terpenuhi.							
Sebagian besar teman saya memiliki lebih banyak uang daripada saya.							
Saya lebih suka menyimpan uang, karena saya tidak pernah yakin kapan keadaan akan buruk dan saya butuh uang tunai.							
Saya sering mengalami kesulitan dalam membuat keputusan tentang membelanjakan uang dengan jumlah tertentu.							
Saya merasa stress mengenai tingkat keuangan saat ini.							
Saya merasa puas dengan situasi keuangan saat ini.							
Saya mampu menangani jika ada kebutuhan uang mendadak yang cukup besar.							
Saya sering berkata “Saya tidak mampu membelinya”, terlepas saya sebenarnya bisa atau tidak.							

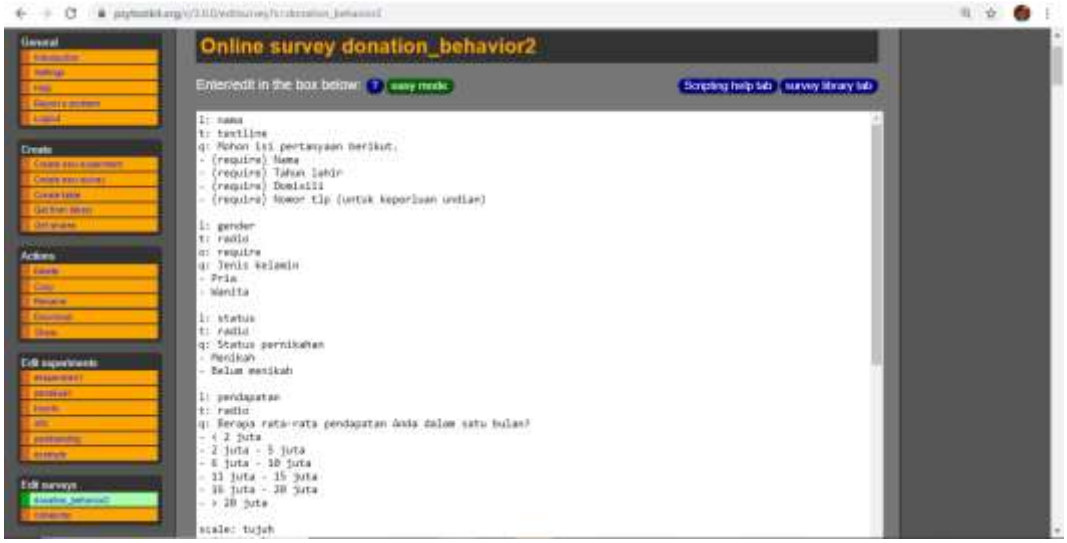
Isi pernyataan-pernyataan berikut sesuai dengan kondisi Anda. STS – Sangat tidak setuju; TS – Tidak setuju; ATS – Agak tidak setuju; N – Netral; AS – Agak setuju; S – Setuju; SS – Sangat setuju							
Pernyataan	STS	TS	ATS	N	AS	S	SS
Saya bergantung kepada Tuhan untuk kekuatan, dukungan, dan bimbingan							
Saya merasa bahwa Tuhan menghukum saya karena dosa-dosa saya atau kurangnya kerohanian							
Saya percaya ada kehidupan setelah kematian							
Saya berusaha untuk membawa kepercayaan agama saya dalam semua urusan lain dalam hidup							
Saya merasakan kehadiran Tuhan							
Saya berhasrat untuk menjadi lebih dekat atau bersatu dengan Tuhan							
Saya merasakan kasih Tuhan untuk saya secara langsung atau melalui orang lain							
Saya tersentuh secara spiritual oleh keindahan penciptaan							

Lampiran 3 Penyusunan Instrumen Penelitian menggunakan Psytoolkit

Berikut adalah *website* Psytoolkit yang digunakan sebagai instrumen penelitian. Proses pembuatan instrumen penelitian diawali dengan menyusun instrumen eksperimen untuk menguji hipotesis pertama. Proses selanjutnya adalah menyusun instrumen kuisioner untuk menguji hipotesis kedua dan ketiga. Psytoolkit memungkinkan kita untuk melekatkan eksperimen ke dalam *survey*, sehingga *website* ini sesuai untuk penelitian ini. Dengan mengunjungi tautan yang dibagikan peneliti, responden dapat diukur tingkat keamanan keuangan dan religiusitasnya sekaligus menerima manipulasi (dengan randomisasi) yang diberikan peneliti.



Gambar 4. 1 Penyusunan Instrumen Eksperimen



Gambar 4. 2 Penyusunan Instrumen Kuesioner dan Eksperimen

Lampiran 4 Hasil Regresi Penelitian

```
MM-Regression (85% efficiency)                  Number of obs    =        431
                                                Subsamples       =         50
                                                Breakdown point  =         .5
                                                M-estimate: k    =   3.443686
                                                S-estimate: k    =   1.547645
                                                Scale estimate   =  689708.94
                                                Robust R2 (w)    =  .08462997
                                                Robust R2 (rho)  =  .03635838
```

Donasi	Coef.	Robust Std. Err.	z	P>|z|	[95% Conf.	Interval]
KeamananFin	-2156.781	32187.03	-0.07	0.947	-65242.2	60928.64
Religiusitas	22062.58	29672.32	0.74	0.457	-36094.1	80219.26
Usia	33950.53	35995.41	0.94	0.346	-36599.17	104500.2
Domisili	15614.68	19377.64	0.81	0.420	-22364.79	53594.15
Gender	108267.2	73957.68	1.46	0.143	-36687.21	253221.5
Status	295856.2	97503.43	3.03	0.002	104753	486959.4
Pendapatan	-115956	46514.15	-2.49	0.013	-207122.1	-24789.98
_cons	220839.2	292609.8	0.75	0.450	-352665.6	794344

Gambar 4. 3 *Robust Regression* MM-*Estimation*

```
M-Regression (95% efficiency)                   Number of obs    =        431
                                                Huber k          =  1.3449986
                                                Scale estimate   =  753725.69
                                                Robust R2 (w)    =  .05751523
                                                Robust R2 (rho)  =  .04008685
```

Donasi	Coef.	Robust Std. Err.	z	P>|z|	[95% Conf.	Interval]
KeamananFin	25180.95	35754.89	0.70	0.481	-44897.35	95259.24
Religiusitas	44417.33	32100.51	1.38	0.166	-18498.51	107333.2
Usia	11432.42	37063.28	0.31	0.758	-61210.28	84075.12
Domisili	13606.97	22128.13	0.61	0.539	-29763.37	56977.31
Gender	123232.4	78008.75	1.58	0.114	-29661.9	276126.8
Status	253020.7	104654.8	2.42	0.016	47901.14	458140.3
Pendapatan	-164455.5	49310.88	-3.34	0.001	-261103.1	-67808.01
_cons	533072.1	316301.2	1.69	0.092	-86866.91	1153011

Gambar 4. 4 *Robust Regression* M-*Estimation*

```
. regress Donasi KeamananFin Religiusitas Usia Domisili Gender Status Pendapatan

      Source |       SS       df       MS              Number of obs =     431
-------------+------------------------------           F(  7,   423) =    3.72
       Model |  3.1096e+13     7  4.4423e+12           Prob > F      =  0.0006
    Residual |  5.0567e+14   423  1.1954e+12           R-squared     =  0.0579
-------------+------------------------------           Adj R-squared =  0.0423
       Total |  5.3676e+14   430  1.2483e+12           Root MSE      =  1.1e+06

------------------------------------------------------------------------------
      Donasi |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
 KeamananFin |   76871.08   54454.47     1.41   0.159    -30163.97    183906.1
Religiusitas |   97323.98   52920.37     1.84   0.067    -6695.658    201343.6
        Usia |  -11534.69   49016.28    -0.24   0.814    -107880.5    84811.12
    Domisili |   26815.55   34087.81     0.79   0.432    -40187.04    93818.14
      Gender |   18967.68   110992.4     0.17   0.864    -199197.6      237133
      Status |   195552.6     143008     1.37   0.172    -85542.19    476647.3
  Pendapatan |  -289238.8   82032.03    -3.53   0.000      -450480   -127997.6
       _cons |    1173326   446817.9     2.63   0.009     295065.9     2051586
------------------------------------------------------------------------------
```

Gambar 4. 5 Regresi OLS

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BIODATA PENULIS

Silvy Khumairotul Azizah lahir pada tanggal 20 Juli 1998 di Malang dan merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Penulis menempuh Pendidikan formalnya di SD Negeri Purwantoro 6 Malang, SMP Negeri 6 Malang, dan SMA Negeri 1 Malang. Kemudian, Pendidikan tinggi ia tempuh di Departemen Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

Sejak menduduki semester dua perkuliahan, penulis menjadi bagian dari Ma'had Ahlul Qur'an Surabaya. Kemudian pada semester lima, penulis diangkat menjadi supervisor yang bertugas mengawasi dan mengontrol jalannya program-program pembinaan di Ma'had Ahlul Qur'an Surabaya. Penulis banyak belajar mengenai keperilakuan dan organisasi di tempat tersebut. Ia juga mengembangkan diri melalui berbagai kepanitiaan, salah satunya yaitu FSLDKD Surabaya yang membuatnya berkenalan dengan mahasiswa dari berbagai universitas di Surabaya. Selain mengembangkan diri pada beberapa organisasi dan kepanitiaan, menulis juga menjadi salah satu minat yang terus diasahnya. Minat tersebut membuatnya terlibat dalam penerbitan majalah jurusan yang berjudul Berisi 1.0 dan Berisi 3.0. Pada tahun 2019, penulis berkesempatan melaksanakan kerja praktik di PT. Angkasa Pura I Surabaya pada Departemen *Sales* khususnya di *Food and Beverages Section*. Setelah itu, penulis beberapa kali menjadi relawan saat Yayasan Manarul Ilmi ITS melaksanakan program-program penyaluran donasinya. Lalu sejak Bulan Juni 2020, penulis menjadi admin keuangan di Yayasan Manarul Ilmi ITS. Penulis memiliki ketertarikan di bidang manajemen keuangan, khususnya *Islamic Finance*, sehingga penulis berharap dapat terlibat dalam industri sejenis atau penelitian sejenis setelah menyelesaikan masa kuliahnya. Bagi pihak-pihak yang ingin berdiskusi dan memberi saran kepada penulis dapat mengirimkan surel ke silvykazizah@gmail.com.