



Indonesian Altruism Through Crowdfunding Platform at Kitabisa.com

Supian Sauri

Antasari Banjarmasin State Islamic University, South Kalimantan, Indonesia

 <https://doi.org/10.55120/iltizam.v2i1.953>

ABSTRACT

This research is about Indonesian community altruism through the crowdfunding platform. Data from the Central Statistics Agency (BPS) shows that the number of poor people in Indonesia in 2022 was 25.67 million. This fact states that there are still many people who live in deprivation and need help from the surrounding environment. Efforts to overcome this problem are in line with the growth of digital-based philanthropic institutions, one of which is Kitabisa.com. The novelty of this research is to find out philanthropic institutions in the form of crowdfunding platforms above that are able to maintain and maintain the values of altruism of the Indonesian people through the existence of their programs. The qualitative method used in this research with a descriptive approach and content analysis and the focus of the study on the fields of creative work and business capital. The findings and results of the discussion explain that community altruism behavior tends to be directed to micro businesses as a form of empathy for others and community altruism behavior is influenced by the creative ideas offered by Kitabisa.com through promotions on social media, so that donors are interested and donate.

ARTICLE INFO

Keywords:

*Altruism,
Crowdfunding,
Philanthropy*

E-mail address: supiansauri@uin-antasari.ac.id

Articel Submitted : 20 Desember 2022
Revised : 24 Desember 2022

Accepted : 29 Desember 2022
Published : 30 Desember 2022



Altruisme Masyarakat Indonesia melalui Platform *Crowdfunding* di Kitabisa.com

Supian Sauri

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia

 : <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i1.953>

Abstrak

Penelitian ini tentang Altruisme Masyarakat Indonesia melalui platform *crowdfunding*. Data Badan Pusat Statistik (BPS) masyarakat miskin di Indonesia pada tahun 2022 berjumlah 25,67 juta jiwa. Fakta ini menyatakan bahwa masih banyak masyarakat yang hidup kekurangan dan memerlukan bantuan dari lingkungan sekitar. Upaya mengatasi permasalahan ini selaras dengan pertumbuhan lembaga filantropi berbasis digital salah satunya Kitabisa.com. Kebaruan penelitian ini untuk mengetahui lembaga filantropi berupa platform *crowdfunding* diatas yang mampu menjaga dan memelihara nilai-nilai altruisme masyarakat Indonesia melalui keberadaan program-programnya. Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan deskriptif dan *content analysis* serta fokus kajian pada bidang karya kreatif dan modal usaha. Temuan dan hasil pembahasan menjelaskan bahwa Perilaku altruisme masyarakat cenderung ditujukan kepada usaha mikro sebagai wujud empati bagi sesama dan perilaku altruisme masyarakat dipengaruhi oleh ide kreatif yang ditawarkan Kitabisa.com melalui promosi di media sosial, sehingga para donatur tertarik dan berdonasi.

Informasi Artikel

Kata kunci:

Altruisme,
Crowdfunding,
Filantropi

Alamat email: supiansauri@uin-antasari.ac.id

Artikel diserahkan : 20 Desember 2022

Direvisi : 24 Desember 2022

Diterima : 29 Desember 2022

Dipublikasi : 30 Desember 2022

Pendahuluan

Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2022, jumlah masyarakat miskin di Indonesia pada Desember 2022 berjumlah 25,67 juta jiwa. Fakta ini menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang hidup kekurangan dan memerlukan bantuan dari masyarakat sekitar (Hidayat & Pandjaitan, 2021). Di sisi lain, pertumbuhan lembaga filantropi berbasis digital dan teknologi berupa platform *crowdfunding* semakin marak di masyarakat. Platform *crowdfunding* ini salah satu jenis dari *Financial technology (Fintech)* yang merupakan industri keuangan berbasis teknologi terutama internet yang diaplikasikan untuk sektor layanan jasa keuangan (Avisha et al., 2019).

Praktek platform *crowdfunding* dilaksanakan dengan cara pengalangan dana dari sejumlah besar orang untuk memodali suatu proyek atau usaha yang dilakukan melalui digital atau internet (Indriana et al., 2022). Faktor yang cukup penting dalam menentukan keberhasilan sebuah platform *crowdfunding* adalah digitalisasi masyarakat melalui perkembangan internet (Nugroho & Rachmaniyah, 2019). Pada penelitian ini penulis memfokuskan pada platform *crowdfunding* yang bersifat donasi. Platform *crowdfunding donation* yang menjadi fokus penelitian ini adalah Kitabisa.com. Kitabisa.com merupakan sebuah platform galang dana dan donasi online terpercaya sebagai jempatan kebaikan untuk membantu sesama masyarakat Indonesia. Menurut data yang di dapat dari laporan audit keuangan eksternal Kitabisa.com pada tahun 2020 jumlah donasi mencapai Rp 835 Miliar. Setiap bulannya Kitabisa.com bisa memfasilitasi 1,5 juta donasi, 4.000 galang dana, ratusan yayasan dan lembaga di 34 provinsi, dan ratusan pasien yang membutuhkan di lebih 150 rumah sakit, serta bantuan modal usaha di seluruh wilayah Indonesia. Sebuah angka yang sangat besar bagi sebuah lembaga filantropi yang baru didirikan dari tahun 2014 ini.

Artikel ini akan membuat kajian yang tertuang dalam sebuah karya tulis ilmiah berjudul altruisme masyarakat Indonesia berbasis platform *crowdfunding* di Kitabisa.com. Hal ini didasari gap riset (Fuadah, 2021), yang menyatakan nilai altruisme masyarakat Indonesia masih terpelihara dan tergal dengan baik melalui keberadaan beberapa program dan praktik lembaga filantropi dengan pernyataan (Sadri, 2019) nilai altruisme tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kecenderungan masyarakat dalam menyalurkan dana ke lembaga filantropi. Dan pendapatnya (Amalina, 2021) menyatakan faktor yang mempengaruhi masyarakat berdonasi ke lembaga platform *crowdfunding* dipengaruhi oleh efektivitas platform dan inovasi platform. Adapun tujuan dilaksanakan penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui budaya altruisme masyarakat Indonesia berbasis platform *crowdfunding* khususnya pada program karya kreatif dan modal usaha Kitabisa.com.

Tinjauan Literatur

Altruisme

Altruisme menurut (Myers, 2012) didefinisikan sebagai motif menolong dan mensejahterakan orang lain tanpa sadar untuk kepentingan pribadi seseorang. Menurut (Nadler, 2020) mendefinisikan tentang altruisme sebagai perilaku dan sikap dalam menolong orang lain secara tanpa pamrih yang dilakukan seseorang tanpa mengharapkan imbalan apapun. Adapun (Batson, 2011) mengartikan altruisme sebagai motivasi menolong orang lain dengan tujuan meningkatkan kesejahteraannya. Menurut Smith dalam (Birch, 1998), altruisme dan charity memainkan peran penting dalam teori tatanan sosial untuk mencapai segala jenis norma keadilan distributif. Adapun faktor yang berpengaruh terhadap

perilaku altruisme masyarakat menurut (Myers, 2012) diantaranya adalah faktor interpersonal berupa kesamaan etnis, ras, dan asal daerah.

Lebih lanjut (Myers, 2012) menyatakan bahwa aspek altruisme terbagi kedalam tiga aspek, yakni memberikan perhatian kepada orang lain, membantu masyarakat yang membutuhkan, dan mengutamakan kepentingan orang lain tanpa adanya paksaan. Menurut (Syafrin, 2021) salah satu faktor yang mempengaruhi altruisme adalah konsep diri. Konsep diri salah satu aspek yang cukup penting bagi individu yang mencakup prinsip dasar dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Konsep atau prinsip dasar ini berkembang di sepanjang masa kehidupan manusia (Salam, 2020). Seiring dengan usia yang bertambah serta pengalaman yang yang diperoleh dari lingkungan maka konsep diri akan semakin terbentuk (Fitts, 2020). Pendapat lain, mengatakan bahwa konsep diri merupakan pengetahuan dan atau pemahaman seseorang mengenai dirinya sendiri secara totalitas yang terdiri atas kepercayaan, evaluasi, dan kecenderungan dirinya. Sementara itu, (Calhoun & Acocella, 1990) menyatakan bahwa konsep diri merupakan gambaran tentang diri individu sendiri, yang terdiri dari pengetahuan dirinya, pengharapannya. Serta menyebutkan bahwa konsep diri memiliki tiga aspek yaitu pengetahuan seseorang mengenai dirinya, harapan mengenai dirinya, dan penilaian mengenai dirinya (Melina et al., 2020).

Platform Crowdfunding

Platform *crowdfunding* merupakan praktik galang dana untuk berbagai karya dan usaha baik berupa ide bisnis ataupun produk yang didanai oleh sekelompok masyarakat (Rosalina et al., 2012). Adapun platform *crowdfunding* dalam tulisan ini adalah donasi yang dilakukan oleh masyarakat ke Kitabisa.com khusus program karya kreatif dan modal usaha.

Jenis-jenis platform *crowdfunding* yang marak di masyarakat (Bakti et al., 2021), meliputi: *Pertama, Crowdfunding donation*, berupa pengumpulan dana berbasis sumbangan untuk proyek sosial. *Kedua, Crowdfunding equity*, berupa pengumpulan dana yang berbasis imbalan financial (Nurmalita, 2020). Dan *Ketiga, Crowdfunding lending*, berupa pengumpulan dana yang sifatnya pinjaman sementara (Brown et al., 2017).

Artikel ini akan fokus pada platform *crowdfunding* berjenis *crowdfunding donation*. Hal ini disebabkan masyarakat yang menyalurkan donasi ke Kitabisa.com berupa sumbangan yang tidak mengharapkan imbalan. Cara pandang, sikap, dan perilaku masyarakat seperti ini sesuai dengan nilai-nilai altruisme yakni menolong orang lain berdasarkan keprihatinan dan kedermawanan dengan harapan orang yang ditolong meningkat kesejahteraannya.

Metode, Data, dan Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan *content analysis*. Menurut Berelson dan Karlenger, *content analysis* adalah suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Wimmer & Dominick, 2013). Sedangkan menurut (Budd et al., 1967), analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih (Kriyantono, 2006).

Subjek dalam penelitian ini adalah lembaga filantropi berupa *crowdfunding donation* yakni, Kitabisa.com. Objek penelitian ini adalah platform *crowdfunding* yang dilakukan oleh lembaga filantropi diatas melalui media digital berbasis web di bidang karya kreatif dan modal usaha. Metode mengumpulkan data dengan mengkliping berita-berita dan

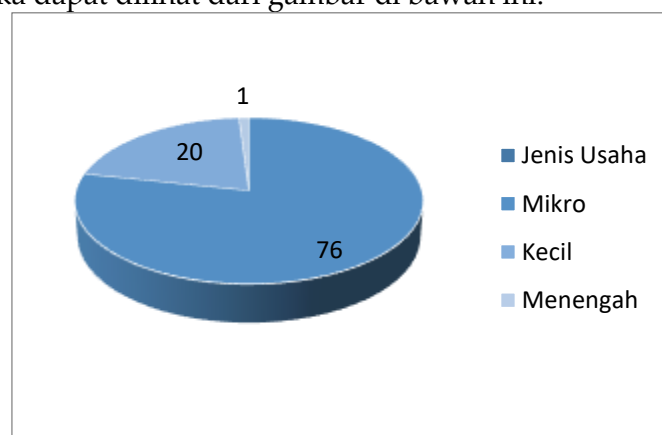
mengkategorisasi berita tersebut menjadi beberapa cluster. Metode analisis data dengan *content analysis* berupa meneliti dokumen berupa teks, gambar, tulisan, dan simbol dari platform *crowdfunding* diatas.

Hasil dan Diskusi

Kitabisa.com merupakan sebuah situs yang bertujuan untuk mengalang dana dan atau donasi online yang telah dirintis dan didirikan oleh Muhammad Alfatih Timur sebagai Co-Founder dan CEO serta Vikra Ijas sebagai Co-Founder dan CPO dengan Dewan Pembina Rhenald Kasasi (Guru Besar FEB UI), Aldi Haryoprato (Entrepreneur), dan Achmad Zaky (Founder Bukalapak). Kitabisa.com sebagai penghubung masyarakat untuk membantu orang-orang yang membutuhkan khususnya di bidang kemanusiaan, bantuan medis dan kesehatan, bencana alam, kegiatan social, usaha kreatif dan modal usaha, serta kategori lainnya.

Kitabisa.com telah didirikan pada tahun 17 September 2014 dengan asal usul pendirian pada pertengahan tahun 2013. Kitabisa.com telah memiliki izin dari Kementerian Sosial dengan SK Menteri No. 478/HUK-PS/2017 sebagai izin pengumpulan uang dan barang serta terdaftar sebagai Unit Pengumpul Zakat dari BAZNAS sebagai yayasan yang bisa mengalang dana-dana sosial dari publik dan masyarakat Indonesia. Kitabisa.com juga diawasi dan melaporkan kegiatannya secara bertahap kepada Kementerian Sosial sebagai wujud pertanggung jawaban pengelolaan dana sosial ke publik.

Program galang dana Kitabisa.com di bidang karya kreatif dan modal usaha per tanggal 25 Desember 2022 berjumlah 97 program. Donasi yang terkumpul dari 97 program ini sebesar Rp 13.000.218.433,- (*Tiga Belas Milyar Dua Ratus Delapan Belas Ribu Empat Ratus Tiga Puluh Tiga Rupiah*). Program-program ini jika diklasifikasikan berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) menjelaskan kriteria UMKM berdasarkan modal yakni sebagai berikut: *Pertama*, Usaha mikro dengan modal dan aset maksimal Rp 50.000.000,- *Kedua*, Usaha kecil dengan modal dan aset lebih dari Rp 50.000.000,- sampai dengan Rp 500.000.000,- dan *Ketiga*, Usaha menengah dengan modal dan aset lebih dari Rp 500.000.000,- sampai dengan Rp 10.000.000.000,-, maka dapat dilihat dari gambar di bawah ini:

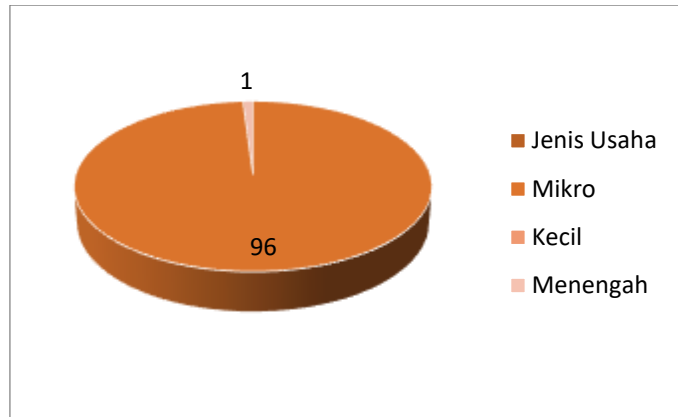


Gambar 1 : Jenis Usaha di Program Kitabisa.com berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008

Gambar ini menjelaskan bahwa program galang dana Kitabisa.com bidang karya kreatif dan modal usaha jika di clusterkan dengan UU Nomor 20 Tahun 2008 menghasilkan jenis-jenis usaha yang dibiayai oleh program donasi ini. *Pertama*, Usaha mikro terdapat 76

program, *Kedua*, Usaha kecil terdapat 20 program, dan *Ketiga*, Usaha menengah terdapat 1 program.

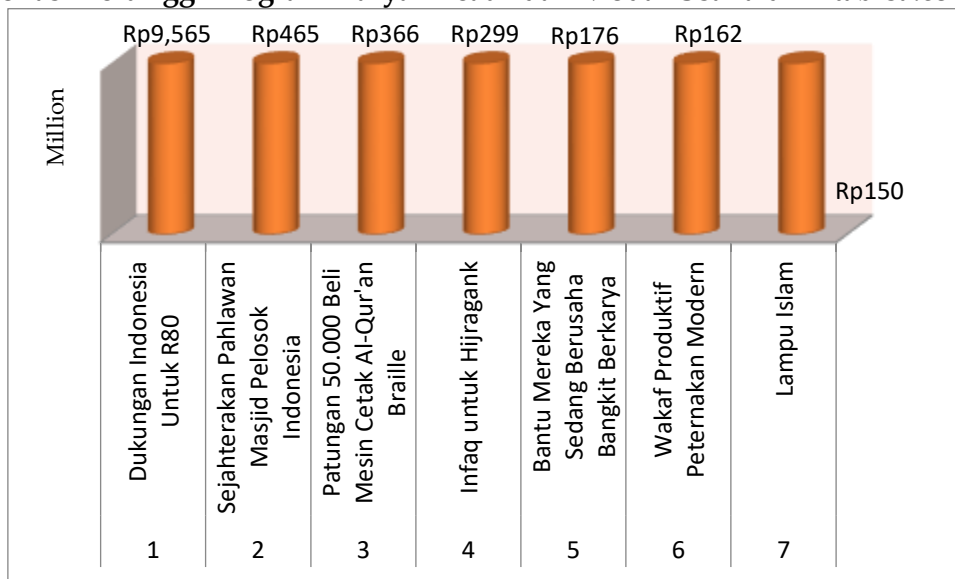
Namun, program-program ini jika Mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Maka kriteria modal bagi pelaku UMKM, meliputi: *Pertama*, Usaha mikro dengan modal usaha paling banyak Rp 1.000.000.000,- *Kedua*, Usaha kecil dengan modal usaha lebih dari Rp 1.000.000.000,- sampai dengan Rp 5.000.000.000,- dan *Ketiga*, Usaha menengah dengan modal usaha lebih dari Rp 5.000.000.000,- sampai dengan Rp 10.000.000.000,-



Gambar 2: Jenis Usaha di Program Kitabisa.com berdasarkan PP No. 7 Tahun 2021

Gambar ini menjelaskan bahwa berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 program galang dana Kitabisa.com bidang karya kreatif dan modal usaha jika diclusterkan dengan jenis-jenis usaha yang dibiayai oleh program donasi ini. *Pertama*, Usaha mikro terdapat 96 program, *Kedua*, Usaha kecil terdapat nihil program, dan *Ketiga*, Usaha menengah terdapat 1 program. Dari data diatas dapat dikatakan bahwa donasi yang dibiayai oleh Kitabisa.com bidang karya kreatif dan modal usaha cenderung ke cluster usaha mikro.

Tujuh Donasi Tertinggi Program Karya Kreatif dan Modal Usaha di Kitabisa.com

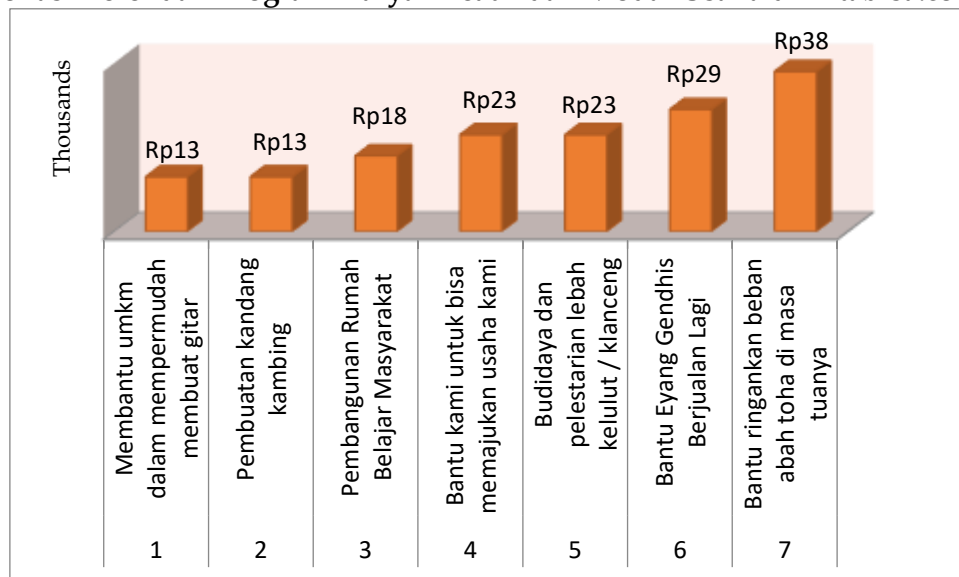


Gambar 3: Donasi Tertinggi Program Karya Kreatif dan Modal Usaha di Kitabisa.com

Donasi tertinggi masyarakat pada Kitabisa.com bidang karya kreatif dan modal usaha, meliputi program: *Pertama*, Dukungan Indonesia untuk R80 dengan donasi yang terkumpul > 9 Miliar dan donatur 30.974 orang. *Kedua*, Sejahterakan Pahlawan Masjid Pelosok Indonesia dengan donasi yang terkumpul > 465 juta dan donatur 18.968 orang. *Ketiga*, Patungan 50.000 Beli Mesin Cetak Al-Qur'an Braille dengan donasi yang terkumpul > 366 juta dan donatur 11.071 orang. *Keempat*, Infaq untuk Hijragank dengan donasi yang terkumpul > 299 juta dan donatur 19.101 orang. *Kelima*, Bantu mereka yang sedang berusaha bangkit berkarya dengan jumlah donasi > 176 juta dan donatur 333 orang. *Keenam*, Wakaf produktif peternakan modern dengan jumlah donasi >162 juta dan donatur 1.897 orang. dan *Ketujuh*, Lampu Islam dengan jumlah donasi >150 juta dan donatur 1.153 orang.

Fakta ini menjelaskan bahwa nilai-nilai altruisme masyarakat masih tergal melalui program donasi yang ditawarkan Kitabisa.com. Masyarakat senantiasa berdonasi ke program yang inovatif, urgen, dan memerlukan dana mendesak untuk menjalankan program karya kreatif dan usaha mereka. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 donasi tertinggi ditujukan untuk usaha menengah, sedangkan donasi yang lainnya ditujukan untuk usaha mikro.

Tujuh Donasi Terendah Program Karya Kreatif dan Modal Usaha di Kitabisa.com



Gambar 4: Donasi Terendah Program Karya Kreatif dan Modal Usaha di Kitabisa.com

Donasi terendah masyarakat pada Kitabisa.com program karya kreatif dan modal usaha, meliputi: *Pertama*, Membantu UMKM dalam mempermudah membuat gitar dengan jumlah donasi Rp 13.000,- dan donatur 3 orang. *Kedua*, Pembuatan kandang kambing dengan donasi yang terkumpul Rp 13.000,- dan donatur 4 orang. *Ketiga*, Pembangunan rumah belajar masyarakat dengan donasi yang terkumpul Rp 18.000,- dan donatur 4 orang. *Keempat*, Bantu kami untuk bisa memajukan usaha kami dengan donasi yang terkumpul Rp 23.000,- dan donatur 4 orang. *Kelima*, Budidaya dan pelestarian lebah kelulut dengan jumlah donasi Rp 23.000,- dan donatur 5 orang. *Keenam*, Bantu eyang Gendhis berjualan lagi dengan jumlah donasi Rp 29.000,- dan donatur 5 orang. dan *Ketujuh*, Bantu ringankan beban Abah Toha masa tuanya dengan jumlah donasi Rp 38.000,- dan donatur 8 orang.

Fakta ini menjelaskan bahwa nilai-nilai altruisme masyarakat terhadap program-program yang ditawarkan Kitabisa.com diatas tergolong rendah. Hal ini disebabkan

masyarakat senantiasa berdonasi ke program yang inovatif, urgen, dan memerlukan dana mendesak untuk menjalankan program karya kreatif dan usaha mereka. Dengan kata lain donasi yang terkumpul dari galang dana yang dilakukan melalui program karya kreatif dan modal usaha dengan ide inovatif lebih diminati masyarakat dibandingkan modal usaha untuk pelaku UMKM. Dengan kata lain penelitian ini mendukung pernyataan (Amalina, 2021) yang mengatakan faktor yang mempengaruhi masyarakat berdonasi ke lembaga platform *crowdfunding* dipengaruhi oleh efektivitas platform dan inovasi program platform yang ditawarkan kepada masyarakat.

Masyarakat dengan perilaku altruisme menurut (Arini & Masykur, 2020) akan senang menolong sesama meskipun secara kasat mata tidak mendapatkan keuntungan pribadi. Hal ini menurut (Myers, 2012) mereka lakukan karena merasa adanya kesamaan personal yakni kesamaan ras, etnis, dan asal daerah. Menurut (Amalina, 2021) perilaku altruisme masyarakat dengan berdonasi ke Kitabisa.com bisa juga dipengaruhi oleh promosi dan sosialisasi yang dilakukan platform di media sosial, sehingga para donatur tertarik dan berpartisipasi donasi (Hasna & Irwansyah, 2019).

Perilaku altruisme masyarakat melalui platform *crowdfunding* di Kitabisa.com sebagai wujud empati sesama manusia dalam bentuk tolong menolong dalam kebaikan. Kitabisa.com sebagai lembaga perantara memfasilitasi masyarakat yang memiliki kekayaan ataupun rezeki berlebih untuk berdonasi dan menjadi donatur bagi masyarakat yang membutuhkan pertolongan. Program donasi kemudian dikemas dengan sebaik mungkin dengan menawarkan ide kreatif yang membuat masyarakat tertarik untuk berdonasi. Namun, terkadang Kitabisa.com mengemas konten kemiskinan, kesehatan, dan kemanusiaan untuk menarik hati donatur, semisal program bantu eyang Gendhis berjualan lagi dan bantu ringankan beban Abah Toha masa tuanya.

Kesimpulan dan Saran

Altruisme masyarakat Indonesia melalui platform *crowdfunding* di Kitabisa.com program karya kreatif dan modal usaha dilakukan dengan cara memberikan donasi yang cenderung ditujukan kepada pelaku usaha mikro. Perilaku altruisme masyarakat sebagai wujud empati bagi sesama karena merasa adanya kesamaan personal yakni kesamaan ras, etnis, dan asal daerah, yakni sebagai bangsa Indonesia. Selain itu, perilaku altruisme masyarakat juga dipengaruhi ide kreatif yang ditawarkan Kitabisa.com ataupun melalui promosi dan sosialisasi yang dilakukan di media sosial, sehingga para donatur tertarik dan berpartisipasi donasi. Namun, terkadang Kitabisa.com mengemas konten kemiskinan, kesehatan, dan kemanusiaan untuk menarik hati donatur. Penelitian dengan cakupan yang lebih luas dirasa penting untuk melihat content yang ditawarkan Kitabisa.com secara menyeluruh.

Referensi

- Amalina, R. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Media Sosial Terhadap Minat Masyarakat Berdonasi Via Platform Crowdfunding Kitabisa *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7710>
- Arini, M. D., & Masykur, A. M. (2020). Hubungan Antara Self-Esteem Dengan Altruisme Pada Siswa Kelas Viii Smp Eka Sakti Semarang. *Jurnal EMPATI*, 9(5), 356–362. <https://doi.org/10.14710/empati.2020.29253>
- Avisha, A., Charina, A., Noor, T. I., & Mukti, G. W. (2019). Crowdfunding Sebagai Akses

Alternatif Permodalan Berbasis Teknologi Digital Pada Kegiatan Pertanian (Studi Kasus Di Pt Crowde Membangun Bangsa). *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.25157/ma.v5i1.1571>

Bakti, Y. P., Pranata, R. I., & Rijal Anwar, M. S. (2021). Sistem Investasi Equity Crowdfunding Pada Umkm Di Indonesia Studi Pada Platform Bizhare Pt. *Investasi Digital Nusantara. Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 309. <https://doi.org/10.24252/assets.v11i2.20956>

Batson, C. D. (2011). *Altruism in Humans*. Oxford University Press. <https://books.google.co.id/books?id=b4fjWzJRnPkC>

Birch, T. D. (1998). An Analysis of Adam Smith's Theory of Charity and the Problems of the Poor. *Eastern Economic Journal*, 24(1).

Brown, T. E., Boon, E., & Pitt, L. F. (2017). Seeking Funding in Order to Sell: Crowdfunding as a Marketing Tool. *Business Horizons*, 60(2), 189–195. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.11.004>

Budd, R. W., Thorp, R. K., & Donohew, L. (1967). *Content Analysis of Communications*. Macmillan. <https://books.google.co.ke/books?id=dWpbAAAAMAAJ>

Calhoun, J. F., & Acocella, J. R. (1990). *Psychology of Adjustment and Human Relationships*. McGraw-Hill.

Fitts, J. H. (2020). *Genealogy of the Fitts Or Fitz Family in America*. Salzwasser-Verlag GmbH. <https://books.google.co.id/books?id=76zdDwAAQBAJ>

Fuadah, Z. (2021). Eksplorasi Nilai Altruisme dan Praktik Filantropi Islam di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bimas Islam*, 14(2), 459–483. <https://doi.org/10.37302/jbi.v14i2.431>

Hasna, S., & Irwansyah. (2019). Pengaruh Inovasi Crowdfunding Terhadap Keputusan Berdonasi. *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(2), 144–156. <https://doi.org/10.31849/digitalzone.v10i2.2719>

Hidayat, K. A. S., & Pandjaitan, N. K. (2021). Resiliensi Komunitas Miskin di Pedesaan Menghadapi Pandemi Covid-19 (Kasus: Kampung Nyalindung, Desa Sukamantri, Kabupaten Bogor). *Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 5(4), 536–546.

Indriana, Satila, H. T., Alwi, B. D., & Fikri, M. (2022). Fintech Equity Crowdfunding Syariah Sebagai Solusi Akses Permodalan UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v10i1.13142>

Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.

Melina, G. G., Grashinta, A., & Vinaya, V. (2020). Resiliensi dan Altruisme pada Relawan Bencana Alam. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 1(1), 17–24. <https://doi.org/10.24854/jpu1>

Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial*. Salemba Humanika.

Nadler, A. (2020). *Social Psychology of Helping Relations: Solidarity and Hierarchy*. Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=f5m-DwAAQBAJ>

Nugroho, A. Y., & Rachmaniyah, F. (2019). Fenomena Perkembangan Crowdfunding Di

- Indonesia. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 34. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.254>
- Nurmalita, L. (2020). Kebijakan Equity Crowdfunding Dalam Rangka Inovasi Pendanaan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh). *Airlangga Journal of Innovation Management*, 1(1), 115. <https://doi.org/10.20473/ajim.v1i1.20179>
- Rosalina, Handojo, A., & Wibowo, A. (2012). Aplikasi Crowdfunding Sebagai Perantara Penggalangan Dana Berbasis Website dan Facebook Application. *Komputer*, 2(Jaringan Komputer), 1–5.
- Sadri, A. (2019). Antecedent Kepercayaan dan Implikasinya terhadap Perilaku Tenaga Profesional pada Wakaf Tunai. *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 2(2), 153–163. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v2i2.621>
- Salam, N. (2020). *Layanan Urun Dana (Equity Crowdfunding) Perspektif Ekonomi Islam* [Institut Agama Islam Negeri Ponorogo]. [http://etheses.iainponorogo.ac.id/8783/1/UPLOAD THESIS - 212116030.pdf](http://etheses.iainponorogo.ac.id/8783/1/UPLOAD%20THESIS%20-%20212116030.pdf)
- Syafrin, K. (2021). *Hubungan Konsep Diri dengan Altruisme pada Relawan Sedekah Rombongan Riau*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Wimmer, R., & Dominick, J. (2013). Mass Media Research : An Introduction. *Cengage Learning*, 47(2), 47–36.