

ABSTRAK

Perkembangan teknologi internet di Indonesia menunjukkan tren yang signifikan, dengan jumlah pengguna internet meningkat setiap tahun, mencapai sekitar 221,56 juta pada tahun 2024, setara dengan 79,5% dari total populasi. Penetrasi internet yang tinggi ini didorong oleh kemajuan infrastruktur dan regulasi yang mendukung pertumbuhan usaha digital. Salah satu inovasi yang muncul adalah *crowdfunding*, yang menawarkan metode baru untuk penggalangan dana secara online untuk kegiatan sosial dan kemanusiaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor yang memengaruhi preferensi masyarakat bersedekah menggunakan platform *crowdfunding* Kitabisa.com.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif dengan metode analisis regresi poisson. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan *accidental sampling* dengan total sampel 100 responden masyarakat Kota Bekasi. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner melalui platform google form dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 30.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa empati, religiusitas, kepercayaan, dan pengaruh sosial berpengaruh secara simultan terhadap preferensi masyarakat menggunakan platform *crowdfunding* Kitabisa.com. Sedangkan secara parsial hanya kepercayaan dan pengaruh sosial yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat menggunakan platform *crowdfunding* Kitabisa.com.

Kata Kunci: *Crowdfunding*, Sedekah, Empati, Religiusitas, Kepercayaan Pengaruh Sosial