DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
HALAMAN MOTTO vii
KATA PENGANTAR viii
PRAKATA ix
ABSTRAK xi
ABSTRACT xii
DAFTAR ISI xiii
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Sistematika Penelitian 7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI 8
A. Telaah Pustaka 8
B. Landasan Teori 17
1. Kontribusi 17
2. *Financial Technology* 18
3. *Social Enterprise* 20
4. *Falah* 22
BAB III METODE PENELITIAN 27
A. Desain Penelitian 27
B. Lokasi Penelitian 27
C. Waktu Penelitian 28

D. Obyek Penelitian 28
E. Sumber Data 28
F. Teknik Pengumpulan Data 28
G. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel 29
H. Instrumen Penelitian yang Digunakan 31
I. Teknik Analisis Data 32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 34
A. Hasil Penelitian 34
1. Sejarah Kitabisa.com 34
2. *Value* Kitabisa.com 35
3. Struktur Organisasi Kitabisa.com 36
4. Pengelolaan Kitabisa.com 37
5. Alur Kerja Pembuatan *Campaign* di Kitabisa.com 38
6. *Campaigner* (Pihak yang menggalang dana) 40
7. Donatur)Pihak yang memberi dana) 44
8. Manfaat Menggunakan Kitabisa.com 46
B. Analisis Hasil Penelitian 47
1. Kitabisa.com sebagai *Social Enterprise* 47
2. Manajemen Kitabisa.com 51
C. Pembahasan 58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 63
A. Kesimpulan 63
B. Saran 64
DAFTAR PUSTAKA 65
LAMPIRAN 68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Telaah Pustaka 27
Tabel 2.2 Aspek Falah Makro 27
Tabel 3.1 Indikator Aspek Falah Makro 102
Tabel 3.2 Teknik dan Instrumen Penelitian 29
Tabel 4.1 Tim Kitabisa.com 41
Tabel 4.2 Tim Penasihat Kitabisa.com 42
Tabel 4.3 Persentase Kategori Campaign Kitabisa.com 43
Tabel 4.4 Kategori Campaign Berdasarkan Aspek Falah Makro 43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Alur Kerja Kitabisa.com 59
Gambar 4. 2 Tampilan Home Website Kitabisa.com 63
Gambar 4. 3 Tampilan Daftar Akun Kitabisa.com 102
Gambar 4. 4 Tampilan Campaign 115