ABSTRAK

Sikap penggunaan uang pada setiap individu memiliki karakteristik yang bermacam-macam. Di antara sebagian perilaku keuangan individu ada yang memilih menggunakan uang untuk pendanaan amal. Platform *donation-based crowdfunding* akhir-akhir ini populer digunakan untuk menyalurkan donasi oleh generasi milenial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tindakan berdonasi dengan menggunakan platform *crowdfunding* oleh generasi milenial.

Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kualitiatif dengan pendekatan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Metodologi IPA digunakan karena dapat mengetahui makna dari pengalaman perubahan perilaku berdonasi seorang milenial. Data dihasilkan dengan melakukan wawancara yang mendalam dan dianalisis melalui tahapan yang sesuai dengan pedoman metode IPA. Partisipan berjumlah sepuluh orang milenial yang berdomisili di Kota Semarang dengan syarat pernah menggunakan platform *crowdfunding* dan memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan.

Hasil penelitian menghasilkan tiga tema induk utama di antaranya adalah motivasi berdonasi, transformasi berdonasi, dan adopsi platform *crowdfunding*. Motivasi berdonasi merupakan hasil dorongan dari altruisme, nilai spiritual, dan kepuasan intrinsik. Transformasi berdonasi menjelaskan tentang pandangan terhadap donasi, dorongan teknologi digital, dan kemudahan dan ketersediaan informasi. Adopsi platform *crowdfunding* dipengaruhi oleh proses donasi, jangkauan donasi, fleksibilitas donasi, kredibilitas platform, dan skema pembayaran alternatif.

Kata kunci: Perilaku Donasi, *Donation-Based Crowdfunding*, Milenial, *Interpretative Phenomenological Analysis*.