Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 32781-32786

Pengaruh Kepercayaan dan Transparansi terhadap Keputusan Donatur pada Platform Crowdfunding di Indonesia

Brillian Yogi Al Ghifari[1], Ilham Hilwa Zulfikar[2], Wildan Hafiz[3]
Sentot Imam Wahjono[4]

[1,2,3,4]Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia

brillian.yogi.al-2023@fe.um-surabaya.ac.id[1], ilham.hilwa.zulfikar-2023@fe.um-surabaya.ac.id[2], wildan.hafiz-2023@fe.um-surabaya.ac.id[3], sentotimamwahjono@um-surabaya.ac.id[4]

Published: Juni , 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of trust and transparency on donor decision-making in crowdfunding platforms in Indonesia. The development of digital technology has encouraged the emergence of crowdfunding as an alternative funding mechanism that involves public participation. However, the success of crowdfunding largely depends on the level of trust and transparency provided by both the platform and fundraisers.

This research employs a qualitative approach using a case study method. Data collection techniques include in-depth interviews, observation, and documentation. Informants were selected purposively, consisting of individuals who have experience in donating through crowdfunding platforms.

The results indicate that trust plays a significant role in influencing donor decisions. Factors such as platform reputation, transaction security, and previous experience are key determinants in building trust. In addition, transparency in the form of clear information, fund usage reports, and regular updates has been proven to enhance donor confidence.

Trust and transparency are interrelated factors that mutually reinforce each other in influencing donor decisions. Higher transparency leads to stronger trust, which in turn increases donor participation. Therefore, crowdfunding platforms need to optimize both aspects to maintain sustainability and enhance public trust.

Keywords: trust, transparency, donor decision, crowdfunding

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan transparansi terhadap keputusan donatur pada platform crowdfunding di Indonesia. Perkembangan teknologi digital telah mendorong munculnya crowdfunding sebagai alternatif pendanaan yang melibatkan partisipasi masyarakat luas. Namun, keberhasilan crowdfunding sangat bergantung pada tingkat kepercayaan dan transparansi yang diberikan oleh platform maupun penggalang dana.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan dipilih secara purposif, yaitu individu yang memiliki pengalaman dalam melakukan donasi melalui platform crowdfunding.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi keputusan donatur. Faktor seperti reputasi platform, keamanan transaksi, dan pengalaman sebelumnya menjadi penentu utama dalam membangun kepercayaan. Selain itu, transparansi dalam bentuk kejelasan informasi, laporan penggunaan dana, serta pembaruan kegiatan secara berkala juga terbukti meningkatkan keyakinan donatur.

Kepercayaan dan transparansi memiliki hubungan yang saling memperkuat dalam memengaruhi keputusan donatur. Semakin tinggi tingkat transparansi, semakin tinggi pula kepercayaan yang terbentuk, sehingga mendorong peningkatan partisipasi donatur. Oleh karena itu, platform crowdfunding perlu mengoptimalkan kedua aspek tersebut untuk menjaga keberlanjutan dan meningkatkan kepercayaan publik.

Kata kunci: kepercayaan, transparansi, keputusan donatur, crowdfunding

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem penggalangan dana. Salah satu inovasi yang muncul adalah crowdfunding, yaitu metode pengumpulan dana dari masyarakat luas melalui platform digital. Crowdfunding memungkinkan individu, komunitas, maupun organisasi untuk memperoleh dukungan finansial secara cepat dan luas tanpa melalui lembaga keuangan konvensional. Di Indonesia, pertumbuhan platform crowdfunding menunjukkan tren positif seiring meningkatnya penetrasi internet dan kesadaran masyarakat terhadap kegiatan sosial dan kemanusiaan.

Selain kepercayaan, transparansi merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan donatur. Transparansi berkaitan dengan keterbukaan informasi mengenai tujuan penggalangan dana, alokasi dana, serta perkembangan program yang didanai. Donatur cenderung lebih tertarik untuk memberikan kontribusi apabila mereka memperoleh informasi yang jelas, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Sebaliknya, kurangnya transparansi dapat menimbulkan keraguan, bahkan menghambat partisipasi masyarakat dalam kegiatan crowdfunding.

Di Indonesia, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan donatur dalam crowdfunding masih relatif terbatas, khususnya yang mengkaji hubungan antara kepercayaan dan transparansi secara simultan. Sebagian penelitian lebih berfokus pada aspek teknologi atau kemudahan penggunaan platform, sementara aspek psikologis dan persepsi donatur belum banyak dieksplorasi secara mendalam. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih komprehensif untuk memahami bagaimana kedua faktor tersebut memengaruhi perilaku donatur.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis pengaruh kepercayaan dan transparansi terhadap keputusan donatur pada platform crowdfunding di Indonesia. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen dan perilaku konsumen, serta kontribusi praktis bagi pengelola platform crowdfunding dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan publik. Dengan demikian, crowdfunding dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: **"Pengaruh Kepercayaan dan Transparansi terhadap Keputusan Donatur pada Platform Crowdfunding di Indonesia "**

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana tingkat kepercayaan donatur terhadap platform crowdfunding di Indonesia?
2. Bagaimana transparansi informasi yang diberikan platform crowdfunding?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan donatur?
4. Bagaimana pengaruh transparansi terhadap keputusan donatur?

KAJIAN TEORITIS

Kepercayaan merupakan salah satu faktor fundamental dalam interaksi sosial maupun ekonomi, khususnya dalam konteks digital. Menurut Mayer et al. (1995), kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk bergantung pada pihak lain berdasarkan keyakinan bahwa pihak tersebut memiliki integritas, kemampuan, dan niat baik. Dalam konteks crowdfunding, kepercayaan menjadi elemen penting karena donatur tidak memiliki interaksi langsung dengan penerima manfaat, sehingga keputusan donasi sangat bergantung pada persepsi terhadap kredibilitas platform dan penggalang dana.

Transparansi merupakan faktor penting yang dapat memperkuat kepercayaan dalam suatu sistem. Menurut Schnackenberg dan Tomlinson (2016), transparansi adalah keterbukaan informasi yang memungkinkan pihak lain untuk memahami proses, kebijakan, dan hasil yang dicapai oleh suatu organisasi. Dalam crowdfunding, transparansi mencakup kejelasan tujuan penggalangan dana, penggunaan dana, serta laporan perkembangan kegiatan. Tingkat transparansi yang tinggi akan memberikan rasa aman bagi donatur dalam mengambil keputusan. Keputusan donatur merupakan bagian dari perilaku konsumen dalam konteks filantropi digital. Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan merupakan proses pemilihan di antara beberapa alternatif yang dipengaruhi oleh faktor

psikologis, sosial, dan informasi yang tersedia. Dalam crowdfunding, keputusan donatur dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kepercayaan terhadap platform, transparansi informasi, serta persepsi terhadap manfaat yang akan dihasilkan dari donasi yang diberikan.

Menurut Belleflamme et al. (2014), crowdfunding adalah metode pengumpulan dana dari sejumlah besar individu melalui platform online untuk mendukung proyek tertentu. Model ini memungkinkan partisipasi masyarakat secara luas, namun juga menuntut adanya sistem yang mampu menjamin kepercayaan dan transparansi agar dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Kepercayaan dan transparansi memiliki hubungan yang erat dan saling memengaruhi dalam memengaruhi keputusan donatur. Transparansi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan, karena donatur memperoleh informasi yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Sebaliknya, kurangnya transparansi dapat menimbulkan keraguan dan menurunkan tingkat kepercayaan. Oleh karena itu, kedua faktor ini harus dikelola secara bersamaan oleh platform crowdfunding agar dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi partisipasi donatur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan transparansi terhadap keputusan donatur pada platform crowdfunding di Indonesia. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai persepsi, pengalaman, dan pertimbangan donatur dalam mengambil keputusan. Metode studi kasus digunakan agar peneliti dapat mengeksplorasi fenomena secara kontekstual dalam situasi nyata penggunaan platform crowdfunding.

Lokasi penelitian ditentukan secara purposif, yaitu pada beberapa platform crowdfunding yang aktif digunakan di Indonesia. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingkat popularitas platform serta intensitas penggunaan oleh masyarakat. Fokus penelitian diarahkan pada interaksi antara donatur dengan platform, khususnya terkait persepsi terhadap kepercayaan dan transparansi yang disediakan oleh pengelola platform.

Subjek penelitian terdiri dari individu yang pernah melakukan donasi melalui platform crowdfunding. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria tertentu seperti pengalaman berdonasi, frekuensi penggunaan platform, serta keterlibatan dalam kegiatan crowdfunding. Dengan teknik ini, diharapkan data yang diperoleh lebih relevan dan mampu menggambarkan fenomena yang diteliti secara mendalam.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk menggali pengalaman dan persepsi informan terkait kepercayaan dan transparansi. Observasi dilakukan terhadap tampilan dan fitur platform crowdfunding, seperti sistem pelaporan dana dan update kegiatan. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung seperti laporan kampanye dan informasi publik yang tersedia di platform.

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari lapangan diseleksi dan dikategorikan berdasarkan tema-tema utama, seperti kepercayaan, transparansi, dan keputusan donasi. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk naratif untuk memudahkan pemahaman, sebelum akhirnya ditarik kesimpulan yang mencerminkan hubungan antar variabel yang diteliti.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Selain itu, dilakukan juga member check, yaitu proses konfirmasi hasil wawancara kepada informan untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan maksud yang disampaikan oleh informan. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan hasil penelitian memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Platform Crowdfunding di Indonesia

Perkembangan platform crowdfunding di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi digital dan meningkatnya

penetrasi internet. Crowdfunding menjadi salah satu alternatif pendanaan yang banyak dimanfaatkan oleh individu, komunitas, maupun organisasi untuk mendukung berbagai kegiatan, baik yang bersifat sosial, kemanusiaan, maupun bisnis. Kemudahan akses dan fleksibilitas yang ditawarkan membuat crowdfunding semakin diminati oleh masyarakat luas.

Di Indonesia, platform crowdfunding dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis, yaitu crowdfunding berbasis donasi, reward-based crowdfunding, dan equity crowdfunding. Crowdfunding berbasis donasi umumnya digunakan untuk kegiatan sosial dan kemanusiaan, seperti bantuan bencana atau biaya pengobatan. Sementara itu, reward-based crowdfunding memberikan imbalan tertentu kepada donatur, dan equity crowdfunding memungkinkan investor memperoleh kepemilikan saham dalam suatu usaha. Setiap jenis crowdfunding memiliki karakteristik dan mekanisme yang berbeda sesuai dengan tujuan pendanaannya.

Secara operasional, platform crowdfunding berfungsi sebagai perantara antara penggalang dana dan donatur. Penggalang dana akan mengajukan kampanye yang berisi tujuan, target dana, serta rencana penggunaan dana. Selanjutnya, informasi tersebut ditampilkan pada platform agar dapat diakses oleh calon donatur. Donatur dapat memilih kampanye yang ingin didukung berdasarkan informasi yang tersedia, kemudian melakukan transaksi secara digital melalui sistem pembayaran yang disediakan oleh platform.

Pengguna platform crowdfunding di Indonesia memiliki latar belakang yang beragam, baik dari segi usia, pekerjaan, maupun tingkat pendidikan. Donatur umumnya berasal dari kalangan masyarakat yang memiliki kepedulian sosial tinggi serta akses terhadap teknologi digital. Sementara itu, penggalang dana dapat berasal dari individu, komunitas, organisasi non-profit, hingga pelaku usaha. Keberagaman ini menunjukkan bahwa crowdfunding telah menjadi fenomena yang inklusif dan dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Meskipun mengalami pertumbuhan yang pesat, platform crowdfunding di Indonesia juga menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait dengan kepercayaan dan transparansi. Beberapa kasus penyalahgunaan dana dan kurangnya laporan pertanggungjawaban telah menimbulkan keraguan di kalangan masyarakat. Hal ini berdampak pada menurunnya tingkat partisipasi donatur serta meningkatnya kehati-hatian dalam memilih kampanye yang akan didukung.

Profil Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini terdiri dari individu yang memiliki pengalaman dalam melakukan donasi melalui platform crowdfunding di Indonesia. Pemilihan informan dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan kriteria tertentu, seperti pernah berdonasi minimal satu kali, aktif menggunakan platform digital, serta memiliki pemahaman terhadap mekanisme crowdfunding. Dengan kriteria tersebut, diharapkan informan mampu memberikan informasi yang relevan dan mendalam terkait variabel yang diteliti.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, informan penelitian berjumlah 8 orang dengan latar belakang yang beragam. Dari segi usia, informan berada pada rentang 20 hingga 40 tahun, yang menunjukkan bahwa pengguna crowdfunding didominasi oleh kelompok usia produktif. Kelompok usia ini umumnya lebih familiar dengan teknologi digital dan memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi, sehingga lebih aktif dalam kegiatan donasi online.

Dilihat dari latar belakang pekerjaan, informan terdiri dari mahasiswa, karyawan swasta, wiraswasta, serta pekerja di sektor pendidikan. Variasi pekerjaan ini menunjukkan bahwa crowdfunding tidak terbatas pada kelompok tertentu, melainkan dapat diakses oleh berbagai kalangan. Selain itu, tingkat pendapatan informan juga bervariasi, yang menunjukkan bahwa keputusan untuk berdonasi tidak semata-mata ditentukan oleh kemampuan finansial, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti empati dan kepercayaan.

Frekuensi donasi yang dilakukan oleh informan juga berbeda-beda. Sebagian informan mengaku hanya berdonasi pada kondisi tertentu, seperti saat terjadi bencana alam atau kampanye yang viral di media sosial. Sementara itu, beberapa informan lainnya tergolong aktif dan rutin berdonasi dalam periode tertentu. Perbedaan frekuensi ini memberikan gambaran mengenai variasi perilaku donatur dalam merespons kampanye crowdfunding.

Dari sisi preferensi platform, mayoritas informan cenderung memilih platform yang sudah dikenal luas dan memiliki reputasi yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kepercayaan memiliki

peran penting dalam menentukan pilihan platform. Informan juga mempertimbangkan kemudahan penggunaan aplikasi, sistem pembayaran, serta kelengkapan informasi yang disediakan sebelum memutuskan untuk berdonasi.

Tingkat Kepercayaan Donatur terhadap Platform Crowdfunding

Berdasarkan hasil penelitian, tingkat kepercayaan donatur terhadap platform crowdfunding di Indonesia menunjukkan variasi yang cukup signifikan. Sebagian informan menyatakan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, terutama terhadap platform yang sudah memiliki reputasi baik dan dikenal luas oleh masyarakat. Namun, terdapat pula informan yang menunjukkan sikap hati-hati dan cenderung selektif dalam mempercayai kampanye yang ditampilkan, terutama karena adanya kekhawatiran terhadap potensi penyalahgunaan dana.

Kepercayaan donatur umumnya dibentuk oleh beberapa faktor utama, seperti kredibilitas platform, keamanan sistem transaksi, serta transparansi informasi yang disediakan. Informan cenderung lebih percaya pada platform yang memiliki sistem verifikasi yang jelas terhadap penggalang dana. Selain itu, adanya fitur keamanan dalam proses pembayaran juga menjadi pertimbangan penting dalam membangun rasa aman bagi donatur saat melakukan transaksi.

Reputasi platform juga memainkan peran penting dalam membentuk kepercayaan. Informan menyatakan bahwa mereka lebih cenderung berdonasi melalui platform yang telah memiliki rekam jejak yang baik dan sering digunakan oleh masyarakat luas. Testimoni dari pengguna lain, jumlah donatur, serta keberhasilan kampanye sebelumnya menjadi indikator yang digunakan oleh informan untuk menilai tingkat kepercayaan terhadap suatu platform.

Selain faktor-faktor yang telah diuraikan, tingkat kepercayaan donatur juga dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang dilakukan oleh pengelola platform maupun penggalang dana. Informan menyatakan bahwa respons yang cepat terhadap pertanyaan, kejelasan dalam menjawab keraguan, serta interaksi yang aktif melalui fitur komentar atau pembaruan kampanye dapat meningkatkan keyakinan mereka. Komunikasi yang terbuka dan responsif memberikan kesan bahwa penggalang dana memiliki komitmen dan tanggung jawab terhadap donatur.

Faktor lain yang turut memengaruhi kepercayaan adalah adanya pihak ketiga atau bentuk legitimasi eksternal, seperti kerja sama dengan lembaga resmi, organisasi sosial, atau figur publik yang memiliki kredibilitas. Beberapa informan mengungkapkan bahwa keterlibatan pihak yang dipercaya dapat meningkatkan keyakinan mereka terhadap kampanye yang dijalankan. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya dibangun secara internal oleh platform, tetapi juga dapat diperkuat melalui dukungan eksternal yang memiliki reputasi baik.

Tingkat Transparansi pada Platform Crowdfunding

Berdasarkan hasil penelitian, tingkat transparansi pada platform crowdfunding di Indonesia menunjukkan variasi yang cukup beragam. Sebagian informan menilai bahwa platform telah menyediakan informasi yang cukup jelas terkait tujuan penggalangan dana dan target yang ingin dicapai. Namun, masih terdapat informan yang merasa bahwa transparansi yang diberikan belum sepenuhnya optimal, terutama dalam hal pelaporan penggunaan dana setelah kampanye selesai.

Transparansi pada platform crowdfunding umumnya diwujudkan melalui penyediaan informasi awal mengenai kampanye, seperti latar belakang kebutuhan dana, jumlah target dana, serta estimasi penggunaan dana. Informan menyatakan bahwa kejelasan informasi di tahap awal sangat penting dalam menarik minat donatur. Kampanye yang disertai dengan penjelasan rinci dan logis cenderung lebih dipercaya dibandingkan dengan kampanye yang informasinya terbatas atau kurang detail.

Selain informasi awal, transparansi juga tercermin dari adanya pembaruan (update) secara berkala mengenai perkembangan program yang didanai. Informan mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih yakin ketika penggalang dana secara aktif memberikan laporan perkembangan, baik dalam bentuk teks, foto, maupun video. Update yang konsisten menunjukkan bahwa dana yang telah diberikan benar-benar digunakan sesuai dengan tujuan yang telah disampaikan sebelumnya.

Selain aspek yang telah dijelaskan, transparansi juga dipengaruhi oleh konsistensi antara informasi yang disampaikan di awal dengan realisasi di lapangan. Informan menyatakan bahwa mereka cenderung menilai transparansi bukan hanya dari seberapa lengkap informasi yang diberikan, tetapi juga dari kesesuaian antara rencana dan hasil yang dicapai. Ketidaksesuaian antara keduanya dapat

menimbulkan persepsi negatif dan mengurangi kepercayaan, meskipun informasi awal disampaikan dengan cukup rinci.

Selanjutnya, transparansi juga berkaitan erat dengan akuntabilitas penggalang dana. Informan menilai bahwa adanya laporan pertanggungjawaban yang jelas, termasuk rincian penggunaan dana dan bukti pendukung, menjadi indikator penting dalam menilai keterbukaan suatu kampanye. Kampanye yang menyertakan bukti nyata seperti dokumentasi kegiatan atau laporan keuangan sederhana cenderung lebih dipercaya dibandingkan dengan kampanye yang hanya memberikan informasi umum tanpa rincian yang jelas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan transparansi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan donatur pada platform crowdfunding di Indonesia. Kepercayaan menjadi faktor utama yang menentukan apakah seseorang akan melakukan donasi, yang dipengaruhi oleh kredibilitas platform, keamanan transaksi, reputasi, serta pengalaman sebelumnya. Donatur cenderung memilih platform yang memiliki rekam jejak yang baik dan sistem yang dapat memberikan rasa aman dalam bertransaksi. Selain itu, transparansi juga memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan donatur. Transparansi yang diwujudkan melalui kejelasan informasi, laporan penggunaan dana, serta pembaruan kegiatan secara berkala mampu meningkatkan keyakinan donatur terhadap kampanye yang dijalankan. Kurangnya transparansi, sebaliknya, dapat menimbulkan keraguan dan menurunkan minat donatur untuk berpartisipasi. Kepercayaan dan transparansi memiliki hubungan yang saling berkaitan dan memperkuat satu sama lain. Transparansi yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan donatur, yang pada akhirnya mendorong keputusan untuk berdonasi. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut tidak dapat dipisahkan dalam konteks crowdfunding, melainkan harus dikelola secara bersamaan untuk menciptakan sistem yang kredibel dan berkelanjutan. Dengan demikian, platform crowdfunding perlu meningkatkan kualitas layanan, khususnya dalam hal transparansi informasi dan sistem keamanan, guna membangun dan mempertahankan kepercayaan publik. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan partisipasi donatur serta mendukung keberhasilan program penggalangan dana secara berkelanjutan di Indonesia.

REFERENCES

Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585–609.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Pearson Education.

Schnackenberg, A. K., & Tomlinson, E. C. (2016). Organizational transparency: A new perspective on managing trust in organization–stakeholder relationships. *Journal of Management*, 42(7), 1784–1810.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Taufik, M. (2020). Perkembangan crowdfunding di Indonesia dan implikasinya terhadap ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(2), 45–60.