

Analisis pengaruh kualitas penggalangan dana dan kredibilitas penggalang dana dalam penerimaan wakaf melalui platform crowdfunding di Indonesia (studi kasus kitabisa.com) = Analysis of the effect of campaign quality and campaigner credibility in the acceptance of waqf through crowdfunding platform in Indonesia (case study of kitabisa.com)

Muhammad Afif Rifqi Ramadlani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20492709&lokasi=lokal>

Abstrak

Wakaf sebagai salah satu dana sosial Islam dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dengan menggunakan platform crowdfunding sebagai upaya meningkatkan penerimaan wakaf. Wakaf sendiri memiliki potensi yang sangat besar dimana Badan Wakaf Indonesia mengungkapkan potensi wakaf tunai di Indonesia mencapai 180 triliun rupiah per tahun. Akan tetapi, belum banyak penelitian yang mengkaji mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggalangan dana wakaf melalui platform crowdfunding di Indonesia. Oleh karenanya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas penggalangan dana (campaign) dan kredibilitas penggalang dana (campaigner) dalam memengaruhi penerimaan penggalangan dana wakaf melalui platform crowdfunding dengan studi kasus Kitabisa.com di Indonesia. Pemilihan Kitabisa.com sebagai studi kasus dikarenakan Kitabisa.com merupakan platform crowdfunding yang sudah dikenal luas di Indonesia yang dibuktikan dengan lebih dari 22.000 penggalangan dana terdani (per April 2019). Dengan menggunakan model regresi OLS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator kualitas penggalangan dana berupa jumlah gambar memiliki pengaruh positif dalam penerimaan wakaf di Kitabisa.com. Hal ini dapat terjadi lantaran gambar merupakan media yang efektif untuk menyampaikan informasi terkait penggalangan dana wakaf yang dijalankan. Sementara pada indikator kredibilitas penggalang dana, faktor jumlah pembaruan informasi (update) dan status penggalang dana memiliki pengaruh yang positif dalam menghimpun wakaf di Kitabisa.com. Hal ini mungkin disebabkan banyaknya update dapat menunjukkan transparansi penggalang dana dan penggalang dana berstatus organisasi lebih dipercaya oleh masyarakat. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi para pemangku kepentingan yang hendak membuat platform crowdfunding khusus wakaf di Indonesia sehingga bisa memerhatikan faktor-faktor terkait kualitas penggalangan dana dan kredibilitas penggalang dana yang dapat memengaruhi penerimaan wakaf. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan bisa memperkaya literasi terkait pengelolaan wakaf digital di Indonesia.

.....Waqf as one of the Islamic social funds can take advantage of existing technological developments using a crowdfunding platform in order to increase the acceptance of waqf. Waqf himself has enormous potential as Badan Wakaf Indonesia states that the potential of cash waqf in Indonesia to reach about 180 trillion rupiah per year. However, there have not been many studies that examine the factors influence the acceptance of waqf through crowdfunding platform in Indonesia. Therefore, this study aims to determine the effect of campaign quality and campaigner credibility in influencing the acceptance of waqf through crowdfunding platform with Kitabisa.com as case study in Indonesia. The choice of Kitabisa.com as a case study is because Kitabisa.com is a crowdfunding platform that is widely known in Indonesia as evidenced by more than 22.000 campaign being funded (as of April 2019). By using OLS regression model, this study

indicates that campaign quality in the form of number of images positively increases the acceptance of waqf in Kitabisa.com. This may be happened because image is an effective medium for conveying information about the campaign. Meanwhile, campaigner credibility in the form of the number of information updates and campaigner status have a positive influence in the acceptance of waqf in Kitabisa.com. This may be happened due to the more updates can show the transparency of campaigner. In addition, organization may be more trusted by the community than individual. Overall, the results of this study can be a reference for stakeholders who want to create a waqf-oriented crowdfunding platform in Indonesia, so that they can pay attention to factors related to the quality of campaign and the credibility of campaigner that can affect the acceptance of waqf. In addition, the results of this study are expected to enrich literacy related to digital waqf management in Indonesia.