

# Strategi Pengembangan Platform Donasi Berbasis Gamifikasi dan Kepercayaan Pengguna = Donation Platform Development Strategy Based on Gamification and User Trust

Radita Dwi Putera, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920526305&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Penggunaan platform crowdfunding berbasis donasi di Indonesia masih belum optimal, meskipun negara ini dikenal sebagai salah satu negara yang paling dermawan di dunia. Penelitian ini membahas faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan platform donasi di Indonesia, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan terhadap platform, norma subjektif, dan gamifikasi. Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan menjadi perhatian karena masyarakat masih mengalami kendala administrasi dan proses penggunaan. Kepercayaan terhadap platform menjadi faktor penting karena adanya kekhawatiran terhadap pelanggaran yang terjadi dalam platform, yang tercermin dalam reputasi dan kualitas informasi. Norma subjektif terkait dengan komunitas yang telah memulai menggunakan platform donasi dengan jumlah donasi yang signifikan. Tantangan lain dalam penggunaan platform donasi adalah keterlibatan dan retensi pengguna yang rendah, yang dapat ditingkatkan melalui gamifikasi. Hasil penelitian ini terdapat 11 dari 13 hipotesis diterima yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap platform berpengaruh positif terhadap niat perilaku, dan niat perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap implementasi crowdfunding. Sementara itu, faktor norma subjektif tidak berpengaruh langsung terhadap niat perilaku, melainkan dimediasi oleh persepsi kegunaan. Gamifikasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku, tetapi memiliki pengaruh signifikan terhadap implementasi crowdfunding, yang berarti bahwa gamifikasi akan berguna untuk meningkatkan retensi pengguna daripada menarik pengguna baru. Hasil penelitian ini diolah dengan kerangka kerja untuk menentukan skala prioritas atau daftar fitur yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kinerja penggunaan platform donasi. Penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pengembang platform donasi untuk meningkatkan penggunaan platform crowdfunding berbasis donasi di Indonesia.

.....The use of donation-based crowdfunding platforms in Indonesia is still not optimal, despite the country being known as one of the most generous in the world. This study discusses the factors that influence the use of donation platforms in Indonesia, namely perceived ease of use, perceived usefulness, platform trust, subjective norm, and gamification. Perceived ease of use and perceived usefulness are of concern because the public is still hindered by administration and platform use. Platform trust is an important factor because of concerns over violations that occur on the platform, reflected in reputation and information quality. Subjective norm is related to communities that have started using donation platforms with a potential significant number of donations. Another challenge of using donation platforms is low user engagement and retention, which can be improved through gamification. The results of this study 11 of 13 hypotheses accepted show that the perceived ease of use, perceived usefulness, and platform trust have a positive effect on behavioral intention, and behavioral intention has a significant effect on crowdfunding implementation. Meanwhile, the subjective norm does not directly affect behavioral intention, but mediated by the perceived usefulness. Gamification does not have a significant effect on behavioral intention, but has a significant effect on crowdfunding implementation, meaning that gamification will be useful for increasing retention

rather than attracting users to adopt. The results of this study are processed with the VIKOR method to determine the priority scale of alternative strategies that can be developed to improve the performance of the donation platform. This study can be a guide for donation platform developers to increase the use of donation-based crowdfunding platforms in Indonesia.