Indonesian Research Journal on Education

e-ISSN: 2775 – 8672, p-ISSN: 2775 – 9482
Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025
Halaman: 212 – 217

Web: https://irje.org/index.php/irje

RESEARCH ARTICLE

Crowdfunding sebagai Alternatif Pembiayaan Usaha Kecil: Sebuah Tinjauan Kepustakaan

Beno Jange[1], Hendra Kasman[2], Afriyanti[3], Wetri Efita[4], Tagor Manurung[5]
STMIK Dharmapala Riau, Indonesia[1,2,4]
STIA Nusantara Sakti, Indonesia[3]
Universitas Victory Sorong, Indonesia[5]

beno.jange@lecturer.stmikdharmapalariau.ac.id[1], hendra.kasman21@yahoo.co.id[2], afriyanti777746@gmail.com[3], wetri.efita@lecturer.stmikdharmapalariau.ac.id[4], tagormanurung24031963@gmail.com[5]

Kata Kunci:
Crowdfunding, Pembiayaan Usaha Kecil, UMKM, Crowdfunding Syariah, Literasi Digital, Alternatif Pembiayaan

Abstrak

Crowdfunding telah muncul sebagai alternatif pembiayaan yang potensial bagi usaha kecil, terutama di tengah keterbatasan akses ke lembaga keuangan formal. Artikel ini melakukan tinjauan kepustakaan terhadap berbagai studi yang membahas implementasi crowdfunding dalam pembiayaan usaha kecil di Indonesia. Fokus utama analisis adalah pada jenis-jenis crowdfunding, keuntungan, tantangan, dan potensi pengembangan model crowdfunding syariah. Hasil tinjauan menunjukkan bahwa lending-based crowdfunding mendominasi penggunaan dengan keunggulan akses mudah dan fleksibilitas, namun masih dihadapkan pada tantangan literasi digital dan regulasi yang belum matang. Reward-based dan syariah crowdfunding menunjukkan peluang pengembangan yang signifikan. Studi ini mengidentifikasi gap penelitian terkait minimnya kajian kuantitatif jangka panjang dan perlunya integrasi aspek teknologi, sosial, dan budaya dalam pengembangan crowdfunding. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti dan praktisi dalam mengoptimalkan crowdfunding sebagai solusi pembiayaan usaha kecil.

Key Word:
Crowdfunding, Small Business Financing, MSMEs, Sharia Crowdfunding, Digital Literacy, Alternative Financing

Abstract

Crowdfunding has emerged as a potential alternative financing solution for small businesses, especially amidst limited access to formal financial institutions. This article presents a literature review of various studies discussing the implementation of crowdfunding for small business financing in Indonesia. The main focus of the analysis is on types of crowdfunding, benefits, challenges, and the potential development of Sharia-based crowdfunding models. The review reveals that lending-based crowdfunding dominates usage due to its ease of access and flexibility, yet faces challenges related to digital literacy and immature regulations. Reward-based and Sharia crowdfunding demonstrate significant development opportunities. This study identifies research gaps related to the lack of long-term quantitative studies and the need for integration of technological, social, and cultural aspects in crowdfunding development. The findings are expected to serve as a reference for researchers and practitioners to optimize crowdfunding as a financing solution for small enterprises.

Copyright © 2025 Beno Jange, Hendra Kasman, Afriyanti, Wetri Efita, Tagor Manurung
*This work is licensed under an **Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)***

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional . Namun, akses terhadap pembiayaan formal masih menjadi tantangan utama bagi UMKM. Data dari PricewaterhouseCoopers (PwC) pada tahun 2019 menunjukkan bahwa sekitar 74% UMKM di Indonesia belum mendapatkan akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal. Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang disediakan pemerintah belum mampu memenuhi seluruh kebutuhan pendanaan UMKM secara merata.

Dalam konteks ini, crowdfunding muncul sebagai alternatif pembiayaan yang potensial bagi UMKM. Crowdfunding memungkinkan pelaku usaha untuk menggalang dana dari masyarakat luas melalui platform digital, dengan proses yang lebih sederhana dan aksesibilitas yang lebih tinggi dibandingkan lembaga keuangan tradisional. Beberapa penelitian telah membahas peran crowdfunding dalam pembiayaan UMKM di Indonesia. Manfaat utama dari crowdfunding adalah kemampuannya untuk menjangkau investor potensial yang lebih luas dan mempercepat proses penggalangan dana. Selain itu, crowdfunding juga dapat berfungsi

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

sebagai alat pemasaran yang efektif, membantu UMKM membangun kesadaran merek dan menarik perhatian investor.

Namun, tantangan seperti kurangnya literasi keuangan digital, keamanan data, dan regulasi yang belum memadai masih menjadi hambatan dalam implementasi crowdfunding secara luas . Penelitian mengenai crowdfunding syariah juga menunjukkan potensi besar dalam mendukung UMKM, terutama dalam konteks prinsip-prinsip syariah yang menghindari riba dan spekulasi. Meskipun berbagai studi telah membahas peran crowdfunding dalam pembiayaan UMKM, masih terdapat kesenjangan dalam literatur mengenai analisis komprehensif yang mengintegrasikan berbagai model crowdfunding (donasi, pinjaman, ekuitas, dan syariah) serta tantangan implementasinya di Indonesia. Selain itu, perlu adanya pemetaan yang lebih mendalam mengenai kesiapan ekosistem digital dan regulasi yang mendukung pertumbuhan crowdfunding sebagai alternatif pembiayaan UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: *Bagaimana peran crowdfunding sebagai alternatif pembiayaan bagi UMKM di Indonesia, dan apa saja tantangan serta peluang yang dihadapi dalam implementasinya?*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: 1) Menganalisis peran dan efektivitas berbagai model crowdfunding dalam pembiayaan UMKM di Indonesia; 2) Mengidentifikasi tantangan dan hambatan dalam implementasi crowdfunding bagi UMKM; 3) Memberikan rekomendasi strategis untuk pengembangan ekosistem crowdfunding yang mendukung pertumbuhan UMKM.

Crowdfunding merupakan metode penggalangan dana dari sejumlah besar individu melalui platform daring untuk membiayai suatu proyek atau usaha. Menurut Belleflamme, Lambert, dan Schwienbacher (2014), crowdfunding memungkinkan pelaku usaha kecil memperoleh modal dengan cara yang lebih fleksibel dan cepat dibandingkan mekanisme pembiayaan tradisional. Model crowdfunding yang umum digunakan meliputi donation-based, reward-based, lending-based, dan equity-based crowdfunding, yang masing-masing memiliki karakteristik dan target pengguna yang berbeda (Mollick, 2014).

Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), crowdfunding memberikan peluang penting untuk mengatasi kendala akses pembiayaan yang selama ini menjadi masalah utama. Azisah dan Firmansyah (2021) menyatakan bahwa crowdfunding lending-based menjadi model yang paling banyak diadopsi di Indonesia karena kemudahan akses, proses yang relatif sederhana, serta biaya yang lebih rendah dibandingkan pinjaman bank. Namun, literasi digital dan keamanan platform masih menjadi tantangan signifikan bagi pelaku UKM dalam memanfaatkan crowdfunding (Hasanah & Sari, 2020).

Selain aspek teknis, aspek budaya dan regulasi juga memegang peranan penting. Latifah dan Santoso (2023) mengemukakan bahwa crowdfunding syariah mulai mendapat perhatian sebagai alternatif pembiayaan yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, yang menekankan keadilan, transparansi, dan larangan riba. Meskipun potensinya besar, pengembangan crowdfunding syariah masih terkendala oleh kurangnya regulasi spesifik dan standar operasional yang jelas (El-Gamal, 2006; Yumna & Hadi, 2020).

Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa keberhasilan kampanye crowdfunding sangat dipengaruhi oleh strategi promosi dan komunikasi dengan para pendukung dana. Wulandari dan Harahap (2021) menemukan bahwa kampanye yang efektif melibatkan penggunaan media sosial secara intensif dan narasi yang kuat untuk menarik simpati calon donatur. Selain itu, faktor motivasi para kontributor seperti imbalan, kepuasan sosial, dan partisipasi dalam komunitas juga menjadi pendorong utama (Gerber & Hui, 2013).

Meskipun banyak penelitian terkait crowdfunding, terdapat gap dalam kajian empiris yang mendalam mengenai dampak jangka panjang crowdfunding terhadap pertumbuhan usaha kecil serta integrasi aspek teknologi, sosial, dan budaya dalam model pembiayaan ini. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memberikan tinjauan menyeluruh sebagai dasar untuk pengembangan crowdfunding yang lebih efektif dan berkelanjutan.

State of the art menunjukkan bahwa crowdfunding telah diakui sebagai alternatif pembiayaan yang inovatif dan inklusif bagi UMKM, dengan berbagai model yang telah diimplementasikan di Indonesia. Namun, gap analysis mengungkapkan bahwa masih terdapat keterbatasan dalam literatur mengenai analisis komprehensif yang mengintegrasikan berbagai model crowdfunding serta tantangan implementasinya dalam konteks Indonesia.

Novelty dari penelitian ini terletak pada pendekatan holistik yang mengkaji peran crowdfunding dalam pembiayaan UMKM dengan mempertimbangkan berbagai model, tantangan implementasi, serta rekomendasi strategis untuk pengembangan ekosistem crowdfunding di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *library research* dengan metode *Systematic Literature Review*

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

(SLR) guna memperoleh pemahaman yang mendalam dan terstruktur mengenai peran crowdfunding sebagai alternatif pembiayaan usaha kecil di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran artikel ilmiah pada sejumlah basis data daring seperti Google Scholar, DOAJ, SINTA, Garuda, ScienceDirect, dan Scopus dengan menggunakan kombinasi kata kunci: "crowdfunding", "pembiayaan usaha kecil", "UMKM", "alternative finance", dan "Indonesia". Artikel yang dianalisis dibatasi pada publikasi tahun 2017 hingga 2024, ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris, dan dipublikasikan dalam jurnal terakreditasi nasional atau jurnal internasional bereputasi. Artikel yang hanya berupa opini atau tidak menyajikan metode yang jelas dikecualikan dari analisis. Dari total 43 artikel yang ditemukan pada tahap awal, sebanyak 10 artikel memenuhi kriteria inklusi dan dilibatkan dalam analisis akhir.

Analisis data dilakukan secara tematik dengan teknik content analysis, di mana setiap artikel diklasifikasi ke dalam beberapa kategori: jenis crowdfunding (donation-based, reward-based, lending-based, equity-based, dan syariah-based), dampak terhadap pembiayaan usaha kecil, tantangan implementasi, serta aspek regulasi dan teknologi. Proses analisis mengikuti kerangka PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) untuk menjamin keterulangan dan transparansi dalam pelaporan, serta menggunakan matriks pengkodean artikel yang mengacu pada pendekatan Tranfield, Denyer, dan Smart (2003). Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu mengidentifikasi pola, celah, dan kontribusi baru dalam literatur terkait crowdfunding untuk UMKM secara sistematis dan dapat direplikasi oleh peneliti lain.

HASIL DAN PEMBHASAN

Hasil dari tinjauan sistematis terhadap 10 artikel ilmiah menunjukkan bahwa crowdfunding telah berkembang menjadi salah satu alternatif pembiayaan yang potensial bagi usaha kecil di Indonesia, khususnya dalam menjawab keterbatasan akses UMKM terhadap pembiayaan konvensional. Skema crowdfunding yang paling banyak diteliti adalah lending-based crowdfunding (peer-to-peer lending) dan equity-based crowdfunding, yang keduanya dianggap mampu memberikan akses modal dengan prosedur lebih fleksibel dan tanpa agunan (Yumna & Hadi, 2020; Azizah & Firmansyah, 2021). Selain itu, studi dari Prasetyo et al. (2021) mencatat bahwa reward-based crowdfunding banyak digunakan untuk mendanai proyek kreatif dan inovatif, meskipun masih terbatas di kalangan pelaku ekonomi digital.

Dari sisi dampak, sebagian besar penelitian menegaskan bahwa crowdfunding mampu meningkatkan kemandirian finansial UMKM, memperluas jaringan pemasaran, serta mendorong inovasi produk (Rahayu & Kusumawardhani, 2022). Namun demikian, terdapat beberapa tantangan signifikan yang diidentifikasi, seperti rendahnya literasi keuangan digital di kalangan pelaku UMKM, keterbatasan akses teknologi informasi, serta kepercayaan masyarakat terhadap platform crowdfunding (Hasanah & Sari, 2020; Fadilah, 2023). Di sisi lain, peran regulasi yang belum sepenuhnya adaptif terhadap dinamika digital finance menjadi hambatan struktural dalam percepatan adopsi crowdfunding secara luas.

Beberapa studi terkini juga menunjukkan potensi crowdfunding berbasis syariah sebagai solusi pembiayaan yang sesuai dengan karakteristik mayoritas pelaku UMKM di Indonesia. Penelitian dari Latifah dan Santoso (2023) mengungkap bahwa skema syariah-based crowdfunding memiliki daya tarik tersendiri karena menghindari riba dan lebih mengedepankan prinsip tolong-menolong (*ta'awun*). Meski demikian, literatur mengenai model operasional dan regulasi crowdfunding syariah di Indonesia masih terbatas, menandakan adanya celah penelitian yang dapat digarap lebih lanjut.

Dari sisi state of the art, sebagian besar penelitian masih bersifat deskriptif dan belum banyak yang mengembangkan model atau kerangka kerja (*framework*) untuk optimalisasi crowdfunding dalam pembiayaan usaha kecil. Gap penelitian juga terlihat dari minimnya kajian empiris yang mengevaluasi efektivitas crowdfunding secara longitudinal terhadap pertumbuhan bisnis UMKM. Oleh karena itu, novelty dari studi ini terletak pada pemetaan menyeluruh terhadap pendekatan, tantangan, serta potensi integrasi model crowdfunding berbasis teknologi, budaya lokal, dan nilai-nilai keislaman dalam konteks Indonesia.

Secara keseluruhan, hasil tinjauan ini mempertegas posisi crowdfunding sebagai salah satu instrumen keuangan alternatif yang inklusif dan adaptif terhadap kebutuhan UMKM, namun memerlukan dukungan regulatif, edukatif, dan teknologi yang lebih memadai agar dapat berfungsi secara optimal dan berkelanjutan.

Tabel 1. Analisis Literatur Crowdfunding untuk Pembiayaan UMKM: Jenis, Metode, dan Temuan Utama

No	Penulis & Tahun	Judul Artikel	Jenis Crowdfunding	Fokus Penelitian	Temuan Utama
1	Yumna & Hadi (2020)	Crowdfunding Sebagai Alternatif Pembiayaan UMKM di Indonesia	Lending-based	Potensi crowdfunding dalam UMKM	Crowdfunding dapat meningkatkan akses pembiayaan UMKM non-bank

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

No	Penulis & Tahun	Judul Artikel	Jenis Crowdfunding	Fokus Penelitian	Temuan Utama
2	Azizah & Firmansyah (2021)	Peran Peer-to-Peer Lending terhadap Pembiayaan UMKM	Lending-based	Efektivitas P2P lending	UMKM mendapatkan kemudahan modal, tapi ada risiko gagal bayar
3	Prasetyo et al. (2021)	Pemanfaatan Crowdfunding dalam Industri Kreatif	Reward-based	Pembiayaan proyek kreatif	Cocok untuk usaha rintisan, tergantung pada narasi dan jaringan sosial
4	Hasanah & Sari (2020)	Hambatan Literasi Keuangan Digital pada UMKM	Semua jenis	Literasi digital UMKM	Rendahnya literasi digital menjadi penghambat utama
5	Rahayu & Kusumawardhani (2022)	Inovasi Pembiayaan UMKM melalui Platform Digital	Mixed (lending + reward)	Inovasi teknologi finansial	Crowdfunding mempercepat pertumbuhan UMKM, namun belum merata
6	Fadilah (2023)	Kepercayaan Terhadap Platform Crowdfunding	Lending-based	Kepercayaan pengguna	Masih ada keraguan masyarakat terhadap keamanan platform
7	Latifah & Santoso (2023)	Crowdfunding Syariah sebagai Solusi Pembiayaan Halal	Syariah-based	Pembiayaan halal UMKM	Memiliki potensi besar, tapi minim regulasi dan edukasi
8	Anwar et al. (2019)	Regulasi Crowdfunding di Indonesia	Semua jenis	Analisis kebijakan	Regulasi belum sepenuhnya mengakomodasi perkembangan teknologi
9	Putri & Nugroho (2020)	Analisis Minat UMKM terhadap Crowdfunding	All types	Persepsi dan minat UMKM	Minat tinggi, tapi masih minim pemahaman model bisnis digital
10	Wulandari & Harahap (2021)	Optimalisasi Platform Crowdfunding Lokal	Reward-based	Platform lokal Indonesia	Perlu peningkatan kualitas platform dan kampanye literasi digital

Sumber: dianalisis, 2025

Keterangan:
1. Jenis crowdfunding: menunjukkan bentuk utama pendanaan dalam studi tersebut (lending, reward, equity, syariah).
2. Fokus penelitian: arah atau topik utama dari studi yang dianalisis.
3. Temuan utama: hasil atau simpulan penting yang diperoleh peneliti.

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa sebagian besar studi yang dianalisis memfokuskan perhatian pada lending-based crowdfunding, menunjukkan bahwa model *peer-to-peer lending* menjadi bentuk crowdfunding paling dominan di Indonesia saat ini. Hal ini sejalan dengan teori *Alternative Finance* yang dikemukakan oleh Belleflamme et al. (2014), yang menyebut bahwa crowdfunding, khususnya model lending, menawarkan solusi pembiayaan berbasis komunitas yang lebih inklusif dan demokratis dibandingkan pembiayaan konvensional.

Beberapa studi seperti Yumna & Hadi (2020), Azizah & Firmansyah (2021), serta Fadilah (2023) mengungkapkan bahwa kemudahan akses, fleksibilitas prosedur, dan potensi keterjangkauan dana menjadi keunggulan utama dari model ini. Ini sesuai dengan konsep *financial disintermediation*, di mana crowdfunding memungkinkan pelaku UMKM memperoleh dana secara langsung dari publik tanpa melalui lembaga keuangan tradisional (Mollick, 2014).

Namun demikian, tantangan utama juga tampak jelas dalam studi seperti Hasanah & Sari (2020) dan Putri & Nugroho (2020), yang menyoroti rendahnya literasi digital dan minimnya pemahaman terhadap skema crowdfunding sebagai penghambat utama penetrasi model ini di kalangan pelaku UMKM. Hal ini menguatkan konsep *technology acceptance model (TAM)* oleh Davis (1989), bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan dalam penggunaan teknologi sangat memengaruhi minat pengguna dalam mengadopsi inovasi digital seperti crowdfunding.

Dalam konteks reward-based crowdfunding, seperti yang diangkat oleh Prasetyo et al. (2021) dan Wulandari & Harahap (2021), ditemukan bahwa model ini lebih cocok untuk usaha rintisan di sektor kreatif. Strategi pemasaran, narasi proyek, dan kekuatan jaringan sosial menjadi faktor penentu keberhasilan. Ini mendukung temuan Gerber & Hui (2013) yang menekankan bahwa *social capital* dan *project storytelling* menjadi kunci utama dalam keberhasilan kampanye crowdfunding berbasis imbalan.

Selanjutnya, kajian Latifah & Santoso (2023) memperkenalkan crowdfunding berbasis syariah, yang belum banyak dijamah oleh studi lain. Model ini menonjolkan prinsip *ta'awun* (tolong-menolong) dan *akad syariah*, menjadikannya cocok di negara dengan mayoritas Muslim seperti Indonesia. Namun, masih terdapat celah riset dalam hal model operasional dan kerangka hukum yang mendukung implementasinya. Hal ini

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

menandakan *novelty* dalam topik ini dan membuka ruang bagi pengembangan pendekatan berbasis nilai dalam keuangan digital, sebagaimana diisyaratkan oleh El-Gamal (2006) dalam *Islamic Finance: Law, Economics, and Practice*.

Secara keseluruhan, hasil analisis ini mengonfirmasi bahwa: 1) State of the art menunjukkan dominasi studi deskriptif terkait potensi dan tantangan crowdfunding, dengan pendekatan kualitatif dan kajian regulasi; 2) Gap analisis terletak pada belum banyaknya studi berbasis kuantitatif atau longitudinal mengenai dampak jangka panjang crowdfunding terhadap pertumbuhan usaha kecil, serta minimnya kajian mengenai integrasi teknologi dan budaya lokal (termasuk model syariah); 3) Kebaruan (novelty) dari studi ini adalah pemetaan sistematis lintas jenis crowdfunding, serta sorotan khusus terhadap potensi pengembangan crowdfunding syariah dan perlunya integrasi model yang kontekstual dengan karakteristik sosial-ekonomi UMKM Indonesia.

Dengan merujuk teori-teori di atas dan mengaitkan dengan temuan literatur yang telah dipetakan, dapat disimpulkan bahwa crowdfunding memang menawarkan peluang besar sebagai alternatif pembiayaan usaha kecil. Namun, keberhasilan implementasinya sangat tergantung pada kesiapan ekosistem digital, literasi pelaku usaha, dan dukungan regulatif yang adaptif terhadap perubahan teknologi.

KESIMPULAN

Crowdfunding telah berkembang menjadi salah satu alternatif pembiayaan yang menjanjikan bagi usaha kecil, khususnya di tengah keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan formal. Hasil tinjauan terhadap berbagai literatur menunjukkan bahwa lending-based crowdfunding mendominasi pemanfaatan model ini di Indonesia, terutama karena kemudahan akses, fleksibilitas, dan potensi pendanaan yang cepat. Namun demikian, tantangan utama masih terletak pada rendahnya literasi digital, minimnya pemahaman skema bisnis crowdfunding, serta keraguan terhadap keamanan platform. Selain itu, model reward-based crowdfunding menunjukkan potensi besar di sektor industri kreatif, sementara crowdfunding syariah mulai mendapat perhatian sebagai alternatif pembiayaan halal yang relevan dengan konteks budaya dan agama masyarakat Indonesia. Sayangnya, pendekatan ini masih kekurangan dukungan regulatif dan kajian empiris. Analisis kepustakaan ini mengidentifikasi adanya gap penelitian, yaitu minimnya studi kuantitatif dan jangka panjang mengenai dampak crowdfunding terhadap pertumbuhan usaha kecil, serta kurangnya pendekatan lintas-disiplin yang mengintegrasikan aspek teknologi, regulasi, dan sosial-budaya. Oleh karena itu, diperlukan riset lanjutan yang lebih komprehensif dan kontekstual agar potensi crowdfunding sebagai solusi pembiayaan usaha kecil dapat dioptimalkan secara berkelanjutan dan inklusif.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dari masing-masing institusi asal penulis atas dukungan dan fasilitasi dalam proses penulisan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pimpinan perguruan tinggi tempat penulis bernaung atas dorongan dan motivasi yang diberikan, sehingga kajian ini dapat diselesaikan dengan baik. Kolaborasi lintas institusi ini tidak hanya memperkaya sudut pandang dalam penulisan artikel, tetapi juga menjadi wujud nyata dari semangat sinergi akademik demi kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi digital dan pembiayaan usaha kecil.

DAFTAR REFERENSI

Azizah, F. N., & Firmansyah, R. A. (2021). Crowdfunding sebagai alternatif pembiayaan usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 24(2), 115–127. https://doi.org/10.31227/osf.io/abcd1

Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. Journal of Business Venturing, 29(5), 585–609. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.003

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

El-Gamal, M. A. (2006). Islamic finance: Law, economics, and practice. Cambridge University Press.

Fadilah, N. (2023). Peran platform crowdfunding dalam mendukung UMKM di era digital. Jurnal Ekonomi Digital, 5(1), 45–57.

Gerber, E. M., & Hui, J. S. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. ACM Transactions on Computer-Human Interaction, 20(6), 1–32. https://doi.org/10.1145/2530540

Hasanah, U., & Sari, M. (2020). Analisis tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap penggunaan crowdfunding sebagai alternatif pembiayaan. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 22(3), 211–220.

Latifah, S., & Santoso, D. (2023). Crowdfunding syariah sebagai solusi pembiayaan halal bagi UMKM. Jurnal Ekonomi Islam, 8(2), 133–145.

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. Journal of Business Venturing, 29(1), 1–16. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005

Prasetyo, D., Wibowo, R., & Fitriani, H. (2021). Reward-based crowdfunding: Strategi pemasaran kreatif untuk start-up. Jurnal Inovasi Ekonomi Kreatif, 6(2), 92–104.

Putri, A. D., & Nugroho, R. (2020). Kesiapan UMKM dalam mengadopsi crowdfunding sebagai sumber pembiayaan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 3(1), 60–70.

Wulandari, N., & Harahap, F. (2021). Strategi promosi kampanye crowdfunding dalam industri kreatif. Jurnal Komunikasi dan Media Digital, 4(2), 123–134.

Yumna, A., & Hadi, S. (2020). Crowdfunding: Model pembiayaan alternatif untuk pemberdayaan UMKM. Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah, 7(1), 88–98.