

Elemen Kepercayaan Sebagai Teras Sumbangan Melalui Pendanaan Awam Bertujuan Kebajikan

(Trust as Core Element of Contribution Made Through Charitable Crowdfunding)

NUR IZZATI JAMALUDIN, SHAHIDA SHAHIMI & LATIFA BIBI MUSAFAR HAMEED

ABSTRAK

Pendanaan awam bertujuan kebajikan (charitable crowdfunding) adalah suatu mekanisma bantuan kewangan yang bertujuan membantu pihak yang memerlukan dana dan yang mengusahakan projek (crowdfunder) mendapatkan dana dari orang ramai bagi membiayai projek kebajikan. Berdasarkan jumlah dana yang disumbangkan orang ramai kepada projek kebajikan, secara tidak langsung menunjukkan bahawa terdapat elemen kepercayaan untuk menyerahkan wang untuk tujuan kebajikan melalui mekanisma ini sedangkan pihak yang terlibat saling tidak mengenali antara satu sama lain, dan hanya ditemukan melalui satu platform atas talian dan melalui jaringan media sosial. Menyedari hakikat ini, kajian ini bertujuan mengenal pasti faktor-faktor yang mendorong orang ramai untuk menyumbang dana melalui pendanaan awam bertujuan kebajikan dan kaitannya dengan elemen kepercayaan. Kajian ini adalah kajian deskriptif menggunakan kaedah sorotan karya bersistematik bersifat kualitatif. Sumber utama kajian ini adalah melalui sorotan karya terdahulu yang diperoleh daripada pangkalan data atas talian Scopus dan Web of Science (WoS) yang dianalisis berdasarkan Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA). Dapatan kajian menunjukkan faktor orang ramai menyumbang melalui pendanaan awam bertujuan kebajikan sehingga melahirkan kepercayaan ialah; filantropi dan motivasi, kempen, laman sesawang, kredibiliti crowdfunder dan kemudahan transaksi. Dapatan ini boleh diguna pakai oleh crowdfunder sama ada di peringkat individu atau organisasi yang menghadapi masalah kekurangan dana sebagai panduan ke arah penambahbaikan terhadap kempen-kempen mereka supaya kempen yang dilaksanakan lebih menarik kepercayaan orang ramai untuk menyumbangkan dana.

Kata kunci: pendanaan awam kebajikan; platform pendanaan awam; projek kebajikan; sedekah; sorotan karya bersistematik (systematic literature review, SLR)

ABSTRACT

Charitable crowdfunding is a financial aid mechanism aimed at helping people in need and crowdfunder to get public funding for charitable project. The total amount of funds donated by the public to the charity projects indirectly indicates that the public has trust in giving their money for good cause through this mechanism although parties involved are unknown as they only meet through the online platform and social media networks. Recognizing this fact, this study identifies the factors that motivate people to donate through charity-based crowdfunding and the role of trust in this regard. This is a descriptive study which uses qualitative systematic literature review (SLR) based on earlier works derived from the online database of Scopus and Web of Science (WoS) and analysed using the Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA). The findings show that factors contributing to trust in donation made through charity-based crowdfunding to fund charity projects are; philanthropic and motivation, campaigns, website factors, crowdfunders' credibility and convenience in making transactions. These findings can benefit the crowdfunders either at individual or organization levels with face low funds problem to improve their campaigns' activity in order to attract more people to make donations.

Keywords: charitable crowdfunding; crowdfunding platform; charity projects; charitable giving; systematic literature review (SLR)

PENGENALAN

Peranan teknologi telah mengubah landskap interaksi sosial manusia menjadi semakin luas dan mudah merentasi sempadan rantau, budaya dan komuniti. Jika sebelum ini, komunikasi manusia terhad hanya kepada ruang yang mampu dicapai sahaja, namun dengan bantuan kemajuan

dan kepantasan teknologi, semua aktiviti dapat dilaksanakan melalui atas talian dengan mudah. Manusia bebas bergerak dengan pelbagai tujuan yang melibatkan aktiviti ekonomi, seperti untuk berdagang barang dan perkhidmatan, berkongsi idea dan projek, juga untuk memohon bantuan kewangan. Semua aktiviti ini bergerak dan beroperasi

dengan pelbagai platform. Misalnya, orang ramai kini tidak perlu bergantung kepada institusi perbankan sahaja untuk memohon bantuan kewangan kerana terdapat platform yang dijadikan medan untuk orang ramai bertemu bagi tujuan tersebut yang digelar sebagai pendanaan awam.

Pendanaan awam dapat difahami sebagai satu sumbangan kecil daripada sekumpulan besar dari pelbagai individu untuk menyokong usaha membiayai projek kebajikan atau perusahaan (Mitra 2012). World Bank (2013) menyatakan bahawa kemunculan pendanaan awam dalam talian pada masa kini yang lebih tersusun lahir selepas tragedi krisis kewangan pada tahun 2008 yang mana pada ketika itu, banyak perusahaan dan perniagaan mengalami kesukaran untuk mendapatkan modal daripada bank terpaksa mencari alternatif lain bagi membantu menggerakkan operasi perniagaan mereka. Menurut Buttice et al. (2017) dan pengamal industri, Umar (2018), industri pendanaan awam dalam talian di seluruh dunia berpotensi untuk berkembang dengan jumlah pengguna alam maya yang semakin meningkat setiap tahun. Dianggarkan terdapat sebanyak 1,250 buah platform pendanaan awam di seluruh dunia dengan pelbagai tujuan (Moleskis et al. 2018).

Secara amnya, modus operandi pendanaan awam melibatkan tiga (3) pihak iaitu; pihak yang memerlukan dana dan yang mengusahakan projek (crowdfunder), pihak yang memberi sumbangan (fundraiser) serta pihak yang menguruskan platform di alam maya (Kunz 2017). Pihak yang memerlukan dana untuk tujuan pelaburan dan kebajikan terdiri daripada individu, organisasi sosial kebajikan, pusat pendidikan, firma, usahawan dan penerbit yang menawarkan unit untuk dilanggan atau dibeli oleh pelabur. Manakala pihak yang berminat menyumbang dana akan menyumbang modal sama ada dalam bentuk ekuiti atau hutang atau, sumbangan kebajikan dalam bentuk wang dan barangan. Platform-platform pendanaan awam pula berperanan untuk memasarkan dan menghebahkan projek tersebut kepada orang awam (Hasan & Sulaiman 2016).

Pendanaan awam dibahagikan kepada dua (2) kategori utama iaitu mengikut tujuan dan maksud pendanaan awam itu dibuat iaitu; untuk tujuan sumbangan derma (kebajikan) dan pelaburan (Hasan & Sulaiman 2016; Abdullah 2016; Lutfi & Ismail 2016). Namun begitu, terdapat beberapa penyelidik seperti Mitra (2012), Gerber dan Hui (2013), Kunz (2017), Goran (2018) dan Moleskis et al. (2018) yang membahagikan pendanaan awam kepada empat (4) kategori yang berbeza iaitu (i) pendanaan awam bertujuan kebajikan dengan ganjaran, (ii) pendanaan awam bertujuan kebajikan tanpa ganjaran, (iii) pendanaan awam bertujuan pelaburan dengan hutang, dan (iv) pendanaan awam bertujuan pelaburan dengan ekuiti. Walaupun begitu, penulis lebih cenderung untuk mengkategorikan pendanaan awam kepada dua (2) kategori sahaja, iaitu kebajikan dan pelaburan.

Pendanaan awam bertujuan pelaburan terbahagi kepada pembiayaan secara hutang 'peer-to-peer lending' (P2P) dan pembiayaan secara ekuiti (Hasan & Sulaiman 2016). Dalam konteks Malaysia, menurut pendapat Ghazali

dan Yasuoka (2018), perkembangan industri pendanaan awam bertujuan pelaburan Malaysia berada di tahap kesedaran kerana penerimaan mekanisma ini dalam kalangan usahawan terutama enterpris kecil dan sederhana (PKS) masih rendah. Ini disebabkan kerana kurangnya pendedahan dan informasi berkaitan alternatif ini walaupun SC telah mengeluarkan garis panduan umum berkaitan pendanaan awam bertujuan pelaburan pada tahun 2015 (Rosli & S. Shahida 2019). Malahan SC turut menyenaraikan syarikat-syarikat yang telah berdaftar yang menawarkan pendanaan awam secara ekuiti, secara hutang (P2P), dan *property crowdfunding* (PCF). Perbincangan akademik pendanaan awam di Malaysia berfokus kepada faktor-faktor kejayaan perusahaan yang memperoleh dana melalui mekanisma ini serta cabaran yang dilalui mereka seperti yang di bincang Rahman et al. (2016). Selain itu peluang-peluang usahawan memperoleh dana melalui pendanaan awam dibincangkan melalui Mokhtarrudin et al. (2017). Manakala dari sudut perundangan, masih terdapat kelompangan terutama dari segi polisi pemilikan, laporan kewangan dan tadbir urus seperti yang dibincang Loo (2018) dan Abdullah (2016).

Kedua-dua jenis pendanaan awam ini masih di peringkat baharu di Malaysia iaitu di peringkat penerimaan di kalangan masyarakat, oleh sebab itu penulis hanya menjelaskan pendanaan awam bertujuan pelaburan secara ringkas kerana ia tidak menjadi fokus kepada kajian ini manakala pendanaan awam bertujuan kebajikan akan diperincikan di bahagian kedua serta permasalahan dan objektif kajian. Disebabkan artikel ini bersifat ulasan (review), maka tiada bahagian khas untuk membincangkan kajian lepas. Seterusnya, bahagian ketiga menjelaskan metodologi yang digunakan. Manakala bahagian keempat dan kelima akan memperlihatkan dapatan kajian bagi proses sorotan karya bersistematik dan analisis yang dilakukan. Kemudian sebagai penutup, penulis membuat kesimpulan dan saranan bagi kajian masa hadapan.

PENDANAAN AWAM BERTUJUAN KEBAJIKAN

Menurut Goran (2018), sejarah pendanaan awam bertujuan kebajikan bermula pada tahun 1885, ketika penerbit akhbar di New York *Joseph Pulitzer* melancarkan kempen bagi mengumpul dana segera untuk menyempurnakan pembinaan patung *the Statue of Liberty* dan mengekalkannya di tempat asal serta menghalang pihak lain daripada memindahkannya. Sebagai balasan ke atas sumbangan tersebut, penyumbang yang memberi sumbangan akan diberikan model patung *The Statue of Liberty* serta nama-nama mereka akan disiarkan dalam akhbar *The New York World*. Kempen tersebut berhasil mengumpulkan dana melebihi sasaran yang ditetapkan. Penyumbang yang memberi dana pula terdiri daripada pelbagai individu dengan nilai jumlah sumbangan yang berbeza. Manakala pendanaan awam dengan tujuan mendapatkan modal pula pada peringkat awal, ia hanya dipraktis melalui komuniti kecil sahaja di antara pihak pemodal dan usahawan selagi mana mereka boleh berkomunikasi. Ia kemudiannya

berkembang apabila skop penawaran modal semakin besar yang melibatkan individu-individu yang tidak mengenali satu sama lain seperti yang dinyatakan oleh Hasan dan Sulaiman (2016).

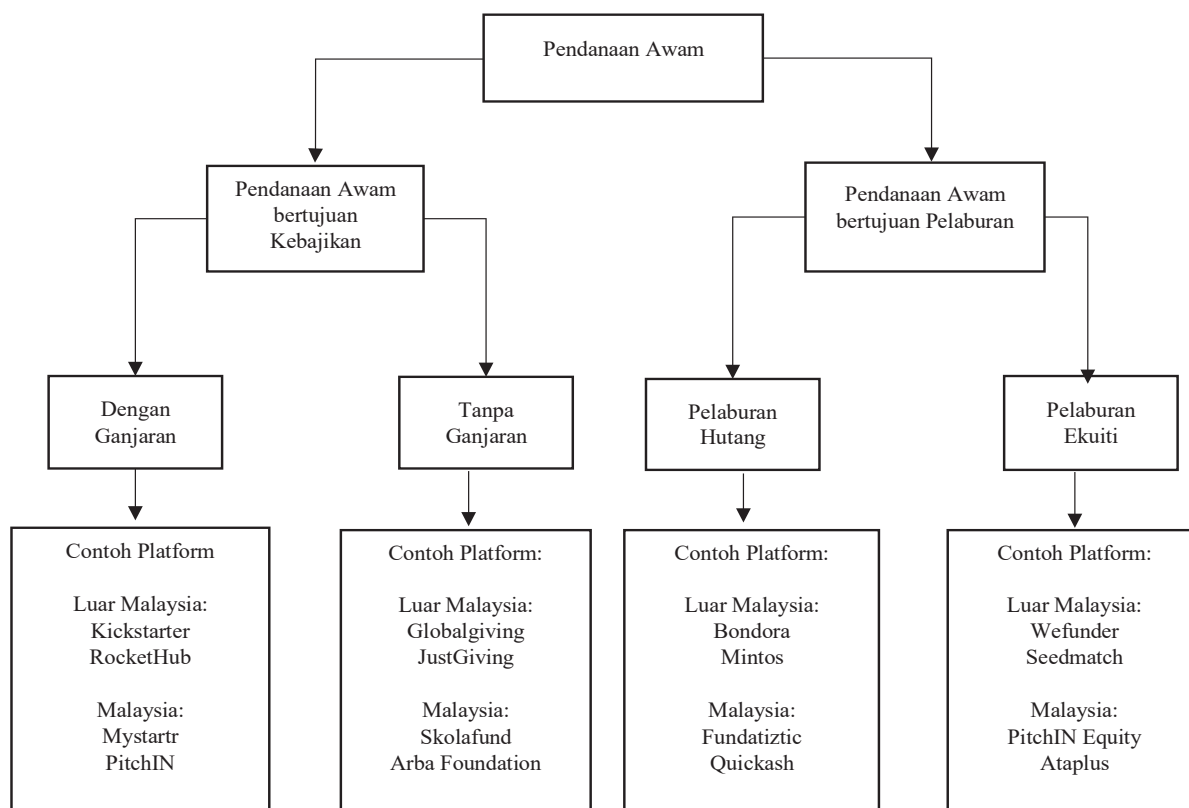
Pendanaan awam bertujuan kebajikan mempunyai dua (2) jenis sumbangan kebajikan yang berbeza. Jenis yang pertama ialah pemberian sumbangan bertujuan kebajikan yang menawarkan ganjaran kepada penyumbang dalam bentuk token penghargaan seperti e-mel penghargaan, tandatangan selebriti, jemputan ke set penggambaran filem (Abdullah 2016), keahlian, produk, kupon (Mohd Thas Thaker et al. 2018) dan lain-lain berdasarkan nilai yang telah disumbangkan. Manakala jenis yang kedua adalah pemberian sumbangan bertujuan kebajikan yang tidak menawarkan sebarang ganjaran atas sumbangan atau derma yang dilakukan.

Pendanaan awam bertujuan kebajikan di Malaysia masih berada di peringkat awal perkembangan apabila kurangnya bilangan platform yang menawarkan projek kebajikan berbanding platform di negara Asia yang lain seperti digambarkan di Rajah 1. Malahan jika dirujuk kepada laman rasmi Suruhanjaya Sekuriti Malaysia (SC), tiada garis panduan dan senarai platform atau syarikat yang mendaftar untuk pendanaan awam bertujuan kebajikan kerana SC hanya bertindak memantau pendanaan awam yang bertujuan pelaburan sahaja seperti P2P dan pembiayaan ekuiti. Projek-projek kebajikan di Malaysia banyak digerakkan melalui badan bukan kerajaan (non-government organisations-NGO) melalui laman rasmi dan media sosial mereka berdasarkan tujuan tertentu contohnya NGO yang

memberi bantuan untuk rakyat Palestin (*AmanPalestin.net*) dan Syria (*Syriacare.org.my*), PERTIWI *Soup Kitchen* (Hasan & Ab. Rahman 2012). Jika dilihat dari sudut industri pendanaan awam, kita masih lagi kurang dalam mewujudkan platform pendanaan awam bertujuan kebajikan yang berfokus dalam menyediakan pelbagai projek kebajikan seperti platform pendanaan awam di negara lain.

Antara platform pendanaan awam di seluruh dunia yang aktif menawarkan perkhidmatan pendanaan awam bertujuan kebajikan adalah seperti *Japan Giving* di Jepun (Sasaki 2019), *JustGiving* di United Kingdom, *Random Acts of Pizza* (Majumdar & Bose 2018) di India, *Tencent* (Li et al. 2017) di China. Manakala di Malaysia, platform *Skolafund* didirikan bagi membantu pihak yang memerlukan bantuan pendidikan, *Arba Foundation* pula didirikan untuk membantu para ibu dan bayi-bayi miskin mendapatkan keperluan asas yang cukup. Manakalah platform pendanaan awam yang bertujuan pinjaman dan pelaburan di seluruh dunia adalah seperti *Prosper.com*, *Kiva.org*, *Lending Club*, *KickStarter*, *GoFundMe* dan *Funding Circle* seperti di Rajah 1.

Tumpuan utama pendanaan awam bertujuan kebajikan adalah bagaimana cara projek-projek kebajikan ini diketengahkan. Kebiasaannya, semua *crowdfunder* akan berkempen menghebahkan bakal projek mereka dengan gaya dan cara tersendiri (Kunz 2017; Rodriguez-Ricardo et al. 2018; Salido-Andres et al. 2019) supaya dapat dinilai secara terbuka oleh orang ramai (Massolution 2015) dan mempengaruhi niat mereka agar menyumbang ke dalam projek tertentu (Li et al. 2017) contohnya projek perusahaan



RAJAH 1. Jenis pendanaan awam berasaskan tujuan

kecil seperti yang dibincangkan oleh Lutfi dan Ismail (2016), projek kesenian yang diulas oleh Bœuf et al. (2014), projek kesihatan seperti yang ditulis oleh Özdemir et al. (2015). Jika kempen ini berjaya dan dana dapat di kumpul dalam masa yang ditetapkan, projek-projek tersebut akan berjalan seperti yang dirancang (Butticè et al. 2017).

Jika diteliti kepada jumlah dana yang diterima oleh *crowdfunder* melalui platform ini di seluruh dunia, didapati bahawa orang ramai tidak lokek untuk menyumbang kepada projek kebajikan walau dengan nilai yang kecil (Lee 2016). Menurut Chen et al. (2016) kempen-kempen yang dipamerkan dengan pelbagai cara oleh *crowdfunder* ini berjaya meyakinkan orang ramai untuk menderma walhal mereka tidak mengenali antara satu sama lain. Pertemuan mereka hanya melalui platform alam maya sahaja seperti yang dibincangkan oleh Cox et al. (2018) dan Cecere et al. (2017), yang mana pihak *crowdfunder* hanya memperkenalkan projek kebajikan melalui kempen yang menarik. Ini membuktikan bahawa, terdapat beberapa faktor yang ada pada kempen itu yang memberi tindak balas positif yang melahirkan nilai kepercayaan orang ramai terhadap *crowdfunder*, sekaligus mempengaruhi keputusan dan niat mereka untuk menyumbangkan dana sama ada untuk tujuan kebajikan (Rodriguez-Ricardo et al. 2018 & Li et al. 2017) ataupun pelaburan.

Perbincangan pendanaan awam bertujuan kebajikan di Malaysia tidak banyak di bincangkan oleh para akademik sama ada kajian kuantitatif atau kualitatif. Oleh demikian, artikel ini akan cuba merungkai persoalan kajian berkaitan pendanaan awam bertujuan kebajikan dengan memberi fokus kepada faktor-faktor yang mempengaruhi orang ramai yang menyumbang melalui pendanaan awam bertujuan kebajikan menerusi operasi kempen yang dipamerkan di platform, seterusnya mengaitkan faktor-faktor tersebut sebagai elemen yang membawa kepada nilai kepercayaan. Faktor-faktor tersebut akan dijelaskan melalui kaedah sorotan karya bersistematik (SLR). Kajian ini hanya memberi tumpuan kepada pendanaan awam

bertujuan kebajikan kerana dari segi manfaat, mekanisma ini memberi kelebihan kepada sebelah pihak sahaja, iaitu kepada *crowdfunder* dan projek kebajikan yang diusahakannya, dan bukan kedua-dua belah pihak.

METODOLOGI KAJIAN

SOROTAN KARYA BERSISTEMATIK BERASASKAN KAEDAH PRISMA

Sorotan karya bersistematik ini akan dipandu menggunakan PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Kaedah ini merupakan garis panduan sorotan literatur yang berkualiti kerana prosesnya yang agak ketat dan terperinci melibatkan kuantiti data yang besar. Kelebihan PRISMA adalah dapat menunjukkan elemen ketelusan, konsisten dan piawai yang tinggi bagi menghasilkan laporan kajian kualitatif melalui proses-proses tertentu (Flemming et al. 2018). Proses ini adalah proses yang bersistematik, prosedur yang jelas bagaimana ia dihasilkan dan skop yang menyeluruh merangkumi semua bahan yang berkaitan serta boleh diguna kembali (replicate) pengkaji lain dengan pendekatan yang sama bagi membincangkan sesuatu topik (Okoli 2015). Kelebihan menggunakan kaedah sorotan bersistematik dengan kaedah PRISMA dalam bidang sains sosial ini adalah, karya-karya yang diperoleh adalah dari sumber data yang bermutu dan diakui oleh semua penyelidik, dapat menjelaskan limitasi kajian dengan bantuan kata kunci, malah dengan garis panduan ini juga membantu penulis dari membuang masa dan tertanya-tanya jika sorotan karya mereka telah mencukupi (Okoli 2015). PRISMA membantu penulis mengesan karya-karya literatur yang tepat mengikut objektif kajian melalui empat proses-proses berikut, iaitu proses pengenalpastian (identification), saringan (screening), kelayakan (eligibility) dan rangkuman (inclusion) (Gilath & Karantzas 2019).

JADUAL 1. Sumber pangkalan data dan siri carian (Search String)

Pangkalan Data	Jujukan Susunan Kata Kunci dan Boolean Operator
Scopus	TITLE-ABS ((behavior*r OR intention OR factor* OR cause* OR motive* OR reason*) AND (donation OR contribution OR giving) AND (charity OR philanthropy) AND (crowdfunding) AND (fund))
Web of Science (WoS)	TS=((behavior OR intention OR factor* OR cause* OR motive* OR reason*) AND (donation OR contribution OR giving) AND (charity OR philanthropy) AND (crowdfunding))

JADUAL 2. Kriteria kelayakan dan penyisihan

Kriteria	Kelayakan	Penyisihan
Jenis literatur	Artikel jurnal (Kuantitatif)	Artikel ulasan literatur, buku, bab di dalam buku, artikel seminar dan prosiding
Bahasa	Bahasa Inggeris	Selain Bahasa Inggeris
Bidang	Sains Sosial, Ekonomi, Perniagaan & Pengurusan, Psikologi	Perubatan, Kejuruteraan, Alam Sekitar
Tempoh masa	Sepanjang masa	Tiada
Liputan negara	Seluruh dunia	Tiada

PROSES PENGENALPASTIAN

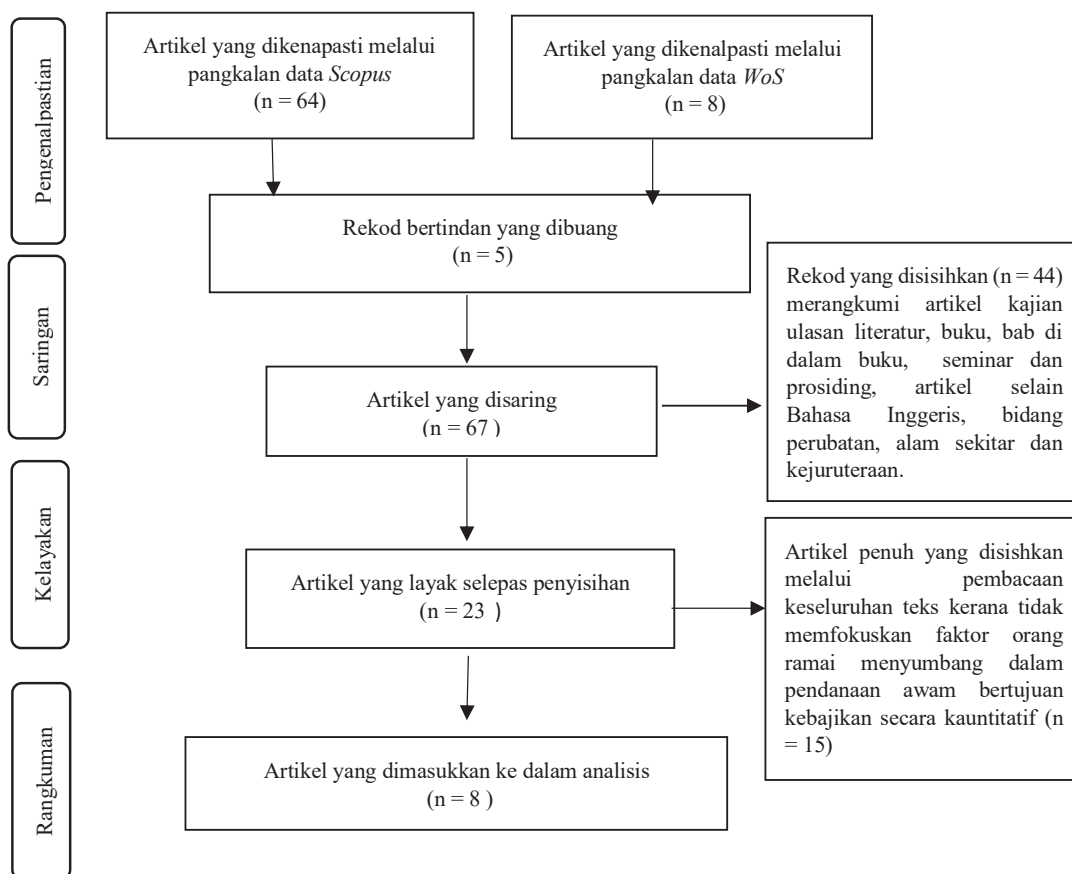
Perbincangan dalam kajian ini menggunakan dua (2) pangkalan data atas talian utama dalam penyelidikan, iaitu *Scopus* dan *Web of Science (WoS)*. Kedua-dua pangkalan data ini mengandungi kajian-kajian saintifik dan empirikal merentasi pelbagai bidang seperti sains sosial, kejuruteraan, alam sekitar, ekonomi, perakaunan dan pembangunan, perubatan, undang-undang, perniagaan dan pemasaran (Shafrill et al. 2018). Proses dimulakan dengan melakukan siri carian (*search string*) kata kunci utama menggunakan kemudahan carian yang tersedia dan arahan (command) eksklusif yang telah ditetapkan dalam pangkalan data *WoS* dan *Scopus*, masing-masing (Nik Ab Malik et al. 2020). Dalam proses ini, penulis menggunakan padanan kata kunci yang terdapat di tesaurus, dan dibantu dengan fungsi *Boolean Operator* (Xiao & Watson 2019) dalam kedua-dua pangkalan data (Jadual 1). Kata kunci dan *search string* yang digunakan ini boleh diulang kembali untuk mendapatkan material yang terkini dan kajian akan datang. Hasil pencarian dari kata kunci tersebut, penulis menemukan 72 artikel (64 artikel melalui *Scopus* & 8 artikel di *WoS*). Sebanyak lima (5) artikel yang bertindan dalam kedua-dua pangkalan data disisihkan dengan bantuan perisian *Endnotes*. Ini menjadikan sebanyak 67 artikel diambil sebagai rujukan.

PROSES SARINGAN

Peringkat ini adalah peringkat di mana penulis akan membuat saringan dengan kriteria tertentu supaya artikel yang dipilih lebih spesifik dan menjurus kepada persoalan kajian. Pertama; penulis memilih artikel jurnal yang berbentuk kajian kuantitatif sahaja, manakala artikel yang terdiri dari bab dalam buku, artikel seminar dan prosiding serta artikel ulasan literatur telah disisihkan. Kedua; penulis hanya memilih artikel berbahasa Inggeris serta yang berkaitan dengan bidang ekonomi, sains sosial, perniagaan dan pengurusan, serta psikologi. Ketiga, bagi tempoh masa, penulis tidak menghadkan tempoh tertentu. Ini kerana ketika saringan awal dibuat, penulis mendapati penulisan berkaitan bidang ini bermula sekitar tahun 2014 seluruh dunia (lihat Jadual 2). Setelah proses saringan, dari 67 artikel, penulis telah mengecualikan 44 artikel, dan menjadikan hanya 23 artikel yang dipilih. Walaupun artikel-artikel yang disisihkan tidak termasuk dalam analisis kajian, namun artikel tersebut akan digunakan sebagai rujukan tambahan.

PROSES KELAYAKAN DAN RANGKUMAN

Pada peringkat ini, penulis hanya memfokus kepada artikel yang membincangkan faktor-faktor yang mempengaruhi



RAJAH 2. Carta Alir PRISMA

Sumber: Diadaptasi daripada Moher et al. (2009) & Shafrill et al. (2018)

orang ramai yang menyumbang melalui pendanaan awam bertujuan kebajikan melalui operasi kempen yang dipamerkan di platform pendanaan awam. Kesemua 23 artikel dianalisis dengan membuat bacaan secara mendalam yang bermula daripada abstrak dan keseluruhan artikel bagi mengenal pasti faktor tersebut. Hasil pembacaan, hanya lapan (8) artikel yang menjurus kepada faktor-faktor orang ramai menyumbang kepada pendanaan awam. Kesemua proses pemilihan artikel untuk tujuan sorotan karya sistematik (SLR) ini ditunjukkan dan diterangkan melalui carta alir PRISMA di Rajah 2.

KEPUTUSAN KAJIAN

Penulis akan memperincikan analisis kajian faktor-faktor orang ramai menyumbang dalam pendanaan awam bertujuan kebajikan mengikut analisis deskriptif dan analisis bertema yang terhasil daripada sorotan daripada artikel-artikel terpilih.

ANALISIS DESKRIPTIF

Berdasarkan carian, hanya lapan (8) artikel berbentuk kuantitatif yang memberi fokus kepada faktor-faktor orang ramai menyumbang dalam pendanaan awam bertujuan kebajikan. Keputusan carian menunjukkan, pendanaan awam bertujuan kebajikan mula dibincangkan secara bermula tahun 2018 dari pelbagai jurnal penerbitan oleh penyelidik berikut; Majumdar dan Bose (2018), Zemack-Rugar dan Klucarova-Travani (2018), Gleasure dan Feller (2018), Li et al. (2017), Liu et al. (2018), dan Mohd Thas Thaker et al. (2018). Analisis deskriptif ini dirangkum dalam Jadual 3 di bawah.

Bagi populasi negara, didapati negara China dan Amerika Syarikat mendominasi perbincangan berkaitan dengan gelagat penyumbang dana melalui platform

pendanaan awam, iaitu artikel yang ditulis oleh Li et al. (2017), Liu et al. (2018), Zemack-Rugar dan Klucarova-Travani (2018) serta Cho et al. (2019). Manakala dalam konteks Malaysia pula, hanya Mohd Thas Thaker et al. (2018) yang menjalankan kajian kuantitatif berkaitan aspek operasi platform pendanaan awam bertujuan waqaf. Ini menunjukkan bahawa Malaysia masih kekurangan penyelidikan kuantitatif berkaitan pendanaan awam bertujuan kebajikan menggunakan platform tertentu.

Dari sudut kaedah kajian, kesemua lapan (8) artikel menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana sebanyak lima (5) artikel menggunakan soal-selidik, dan tiga (3) artikel menggunakan platform pendanaan awam sebagai data rujukan iaitu *JapanGiving platform database*, *Random Acts of Pizza platform database* dan *Pledge.com crowdfunding platform* sebagai sumber perbincangan. Sasaki (2019) menggunakan *JapanGiving* kerana platform tersebut mempunyai jumlah pengguna terbesar di Jepun. Beliau menggunakan 9,989 jumlah data penderma sebenar sebagai subjek perbincangan. Manakala Gleasure dan Feller (2018) menggunakan *Pledge.com* sebagai subjek kajian kerana mempunyai *personal branding* sebagai laman sosial pendanaan awam bertujuan kebajikan yang terbukti telah membantu pelbagai kempen kebajikan bertujuan kemasyarakatan atas talian sejak 2007. Majumdar dan Bose (2018) menggunakan platform *Random Acts of Pizza* sebagai subjek kajian kerana platform ini menawarkan sumbangan dana yang ditukarkan dalam bentuk ganjaran Pizza kepada pemohon yang menghendaki pizza. Sumber data bagi kesemua artikel telah dipersembahkan seperti di Jadual 3.

ANALISIS BERTEM

Selepas menganalisis maklumat umum artikel, penulis membuat analisis berdasarkan dapatan kajian setiap artikel.

JADUAL 3. Maklumat umum artikel dan sumber data

Penulis	Tahun Penerbitan	Lokasi Kajian	Jurnal Penerbitan	Reka Bentuk Kajian	Sumber Data
Cho et al.	2019	Amerika Syarikat	<i>International Review on Public and Nonprofit Marketing</i>	Kuantitatif	Soal-selidik
Sasaki	2019	Jepun	<i>Journal of Economic Psychology</i>	Kuantitatif	JapanGiving platform
Majumdar & Bose	2018	India	<i>Information & Management</i>	Kuantitatif	Random Acts of Pizza platform
Zemack-Rugar & Klucarova-Travani	2018	Amerika Syarikat	<i>Marketing Letters</i>	Kuantitatif	Soal-selidik
Gleasure & Feller	2018	Ireland	<i>Journal of Electronic Commerce Research</i>	Kuantitatif	Pledge.com crowdfunding platform
Li et al.	2017	China	<i>Information Communication and Society</i>	Kuantitatif	Soal-selidik
Liu et al.	2018	China	<i>Internet Research</i>	Kuantitatif	Soal-selidik
Mohd Thas Thaker et al.	2018	Malaysia	<i>International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management</i>	Kuantitatif	Soal-selidik

Penulis mendapati pelbagai faktor yang mendorong orang ramai melakukan sumbangan kepada pendanaan awam bertujuan kebajikan. Faktor-faktor tersebut penulis rangkumkan dalam Jadual 4.

Seterusnya, penulis membahagikan kesemua faktor-faktor pemberian sumbangan dana mengikut tema berbeza iaitu; filantropi dan motivasi, kempen yang merangkumi isi kandungan dan foto kempen, kredibiliti *crowdfunder*, laman sesawang, dan kemudahan melakukan transaksi sumbangan (lihat Jadual 5).

PERBINCANGAN

ELEMEN KEPERCAYAAN SEBAGAI TERAS PEMBERIAN SUMBANGAN PENDANAAN AWAM BERTUJUAN KEBAJIKAN

Merujuk kepada analisis ke atas semua artikel, didapati bahawa terdapat lima (5) faktor utama yang menjadi subjek kajian artikel-artikel yang membincangkan faktor-faktor yang mendorong orang ramai memberi sumbangan melalui platform pendanaan awam bertujuan kebajikan. Faktor-

faktor tersebut ialah; filantropi dan motivasi, kempen, kredibiliti *crowdfunder*, laman sesawang, dan kemudahan melakukan transaksi sumbangan. Faktor yang paling tinggi menjadi subjek kajian ialah laman sesawang. Ini jelas ditunjukkan dalam enam (6) dari lapan (8) artikel yang mengaitkan faktor ini dengan tindakan orang ramai yang memberi sumbangan pendanaan awam bertujuan kebajikan (Rajah 3).

Laman sesawang atau platform pendanaan awam yang berkualiti mempunyai tiga (3) aspek utama iaitu: keselamatan, mudah dilayari dan tarikan visual yang menarik. Jika platform pendanaan awam mempunyai aspek ini, kepercayaan orang ramai terhadap informasi yang dipaparkan lebih tinggi (Gregg & Walczak 2010). Tanpa platform ini, mustahil kempen dan projek kebajikan dan pelaburan dapat diuar-uarkan ke seluruh dunia. Platform-platform ini mempunyai komuniti yang tersendiri, tidak mengenali antara satu sama lain (Cox et al. 2018) namun bersama-sama berkolaborasi untuk berkongsi idea, projek malah menyebarkan nilai murni kepada komuniti tersebut (Rodriguez-Ricardo et al. 2018). Bagi Gerber dan Hui (2013), kerancakan platform yang menawarkan

JADUAL 4. Faktor-faktor yang mendorong orang ramai melakukan sumbangan kepada pendanaan awam bertujuan kebajikan

Penulis	Hasil Kajian : Faktor-Faktor yang Mendorong Orang Ramai melakukan Sumbangan kepada Pendanaan Awam bertujuan Kebajikan
Cho et al. (2019)	<ol style="list-style-type: none"> Motivasi filantropi Perasaan positif melihat kejayaan orang lain. Semangat kesatuan – merasa diri sebahagian dari organisasi pemohon dana.
Sasaki (2019)	Teori gelagat ikut-ikutan di antara penderma dan penderma sebelumnya. Apabila jumlah sumbangan suatu kempen yang dipaparkan di laman sesawang pada ketika itu meningkat, pengguna seterusnya akan terpengaruh untuk mengikut memberi sumbangan dalam kempen projek tersebut.
Majumdar & Bose (2018)	<ol style="list-style-type: none"> Faktor isi kandungan seperti kerasionalan hantaran dibuat, kredibiliti pemohon dan kesan emosi hantaran. Faktor bukan isi kandungan hantaran seperti panjang mesej, populariti hantaran, komen yang diterima, umur pemohon, kekerapan permohonan, persembahan imej dan penggunaan laras bahasa.
Zemack-Rugar & Klucarova-Travani (2018)	<ol style="list-style-type: none"> Isi kandungan kempen yang menggambarkan harapan dan impian. Padanan imej mangsa yang bahagia apabila tercapainya impian tersebut.
Gleasure & Feller (2018)	<ol style="list-style-type: none"> Maklumat isi kandungan kempen berkaitan dengan kesan yang di peroleh jika menyokong kempen tersebut Maklumat isi kandungan kempen berkaitan moral penghargaan jika menyokong kempen tersebut Maklumat berkaitan kempen boleh disebarikan melalui laman sesawang yang lain
Li et al. (2017)	<ol style="list-style-type: none"> Jangkaan prestasi diri (Performance expectancy) Jangkaan kelancaran proses (Effort expectancy) Pengaruh sosial (Social influence) Kemudahan infrastruktur (Facilitating condition) Tahap kepercayaan terhadap pemohon sumbangan. (Sense of trust) Jangkaan pengalaman (Experience expectation)
Liu et al. (2018)	<ol style="list-style-type: none"> Ciri-ciri teknologi : <ol style="list-style-type: none"> Kualiti laman sesawang Kemudahan transaksi Ciri-ciri projek <ol style="list-style-type: none"> Reputasi pemula projek Populariti projek Kualiti kandungan projek
Mohd Thas Thaker et al. (2018)	Platform waqaf pendanaan awam haruslah : <ol style="list-style-type: none"> Platform tersebut berguna (perceived usefulness) Platform mudah digunakan (perceived easy to use)

JADUAL 5. Faktor-faktor sumbangan dana melalui platform pendanaan awam bertujuan kebajikan mengikut tema

Penulis (Tahun)	Tema (Faktor-Faktor)				
	Filantropi & Motivasi	Kempen (Isi kandungan & foto)	Kredibiliti <i>Crowdfunder</i>	Laman Sesawang	Kemudahan Transaksi
Cho et al. (2019)	√				
Sasaki (2019)				√	
Majumdar & Bose (2018)		√	√	√	
Zemack-Rugar & Klucarova-Travani (2018)		√			
Gleasure & Feller (2018)	√	√		√	
Li et al. (2017)	√		√	√	√
Liu et al. (2018)		√	√	√	√
Mohd Thas Thaker et al. (2018)				√	√
JUMLAH	3	4	3	6	3

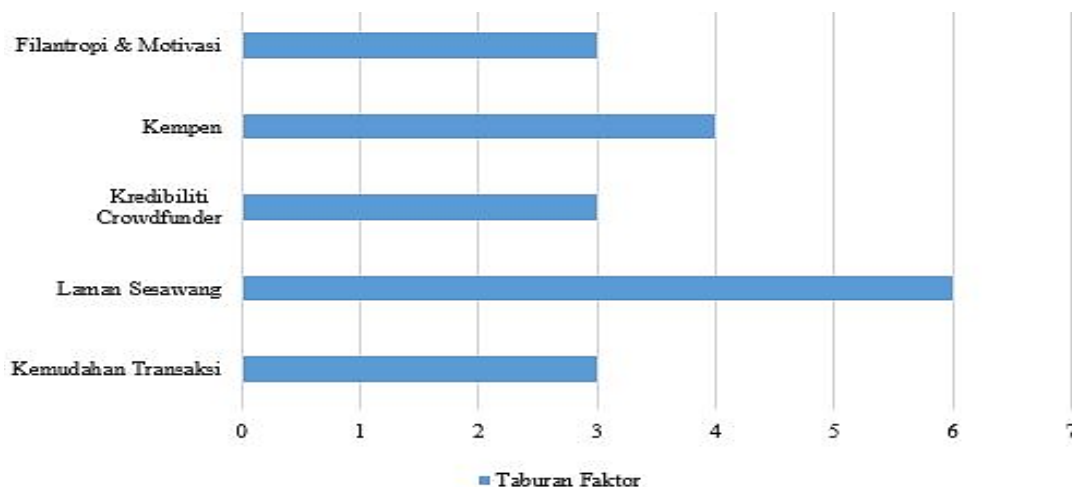
Nota: Nilai √ = 1

perkhidmatan kewangan ini sebenarnya menambahkan lagi jaringan sosial dan keperluan kognitif manusia, berbanding keperluan kewangan kerana setiap pihak akan memastikan kempen disampaikan dengan positif melalui cara yang tersendiri.

Platform yang berkualiti ini juga turut dibantu dengan kemudahan transaksi sistem pembayaran atas talian menurut tiga artikel yang tulis oleh Li et al. (2017), Liu et al. (2018) dan Mohd Thas Thaker et al. (2018) bagi memudahkan transaksi kewangan di antara *crowdfunder* dan penyumbang dana (Gerber & Hui 2013). Kemudahan transaksi ini berkait rapat dengan elemen masa dan kemudahan untuk orang ramai menggunakannya di tempat atau negara yang berbeza. Misalnya, di China, pengguna menggunakan aplikasi sosial *WeChat payment system* dan *Alipay* sebagai sistem pembayaran atas talian kerana ia lebih mudah dan selesa digunakan berbanding turun ke fizikal bank untuk urusan transaksi (Liu et al. 2018). Malah, transaksi ini adakalanya berlaku secara spontan apabila pengguna membaca informasi kempen projek pendanaan awam bertujuan kebajikan lalu tertarik untuk menyumbang

(Bennett 2009). Dari segi masa, penyumbang dana yang berpotensi untuk menyumbang juga akan mudah berubah fikiran dan tidak lagi berminat untuk menyumbang jika berlaku kelewatan atau gangguan semasa transaksi dibuat lantas menyebabkan mereka terpaksa hilang rasa percaya kerana terpaksa mengulang kembali proses yang sama. Jika proses pembayaran di buat dengan mudah dan selesa, hanya dengan beberapa langkah dan *klik*, rasa empati dan percaya akan hadir dengan mudah sekaligus menjadi motivasi untuk memberi sumbangan kepada kempen tersebut.

Selain itu, daripada lapan (8) artikel yang dianalisis, penulis juga mendapati hanya tiga (3) artikel yang menjadikan kredibiliti *crowdfunder* sebagai elemen kepercayaan orang ramai yang berniat untuk penyumbang dana dalam pendanaan awam bertujuan kebajikan. Dua (2) artikel tersebut adalah dari kajian Li et al. (2017) dan Liu et al. (2018). Mereka berjaya menjalin hubung elemen kredibiliti *crowdfunder* dari sudut reputasi dan tahap kepercayaan orang ramai kepada *crowdfunder*; dengan elemen teknologi. Disebabkan China di antara industri



RAJAH 3. Taburan tema faktor-faktor sumbangan orang ramai melalui platform pendanaan awam berasaskan kebajikan

yang paling tinggi menawarkan pendanaan awam terbesar di dunia dengan jumlah pasaran US\$5,576 juta (RM25,300 juta) pada tahun 2019, kedua-dua artikel ini menggambarkan realiti sebenar gelagat orang ramai yang menyumbang ke dalam platform ini. Menurut penulis, jika elemen ini disisihkan dalam kajian pendanaan awam bertujuan kebajikan, bagaimana kita boleh menilai tingkah laku orang ramai yang menyumbang melalui platform ini memandangkan mereka tidak mengenali antara satu sama lain (M. Noor 2015; Beier & Wagner 2016; Cecere et al. 2017; Liu et al. 2017; Cox et al. 2018) dan mereka berpotensi untuk terdedah dengan helah dari *crowdfunder* yang tidak bertanggungjawab dan amanah.

Menurut Liu et al. (2018), kredibiliti merujuk kepada satu reputasi yang membawa tanggapan yang baik kepada orang lain, lebih-lebih lagi jika ianya boleh dilihat di seluruh dunia. Dari kredibiliti ini melahirkan rasa percaya yang membina kesan yang positif kepada manusia atau objek tertentu. Manakala kepercayaan pula lebih merujuk kepada perasaan penyumbang yang merasa selamat dan yakin bahawa projek kebajikan akan diuruskan dengan profesional dan betul (Li et al. 2017). Nilai kepercayaan ini tidak dapat digambarkan melalui material tetapi dengan persepsi yang baik, ia sebenarnya mampu menarik pelabur untuk bekerjasama melalui amalan pengurusan pentadbiran organisasi yang telus (Lim et al., 2019).

Selain itu juga, dari analisis yang dibuat, sebanyak empat (4) artikel menggunakan persembahan kempen sebagai faktor utama orang ramai menyumbang dalam pendanaan awam bertujuan kebajikan. Kajian oleh Majumdar dan Bose (2018), Zemack-Rugar dan Klucarova-Travani (2018), Gleasure dan Feller (2018), serta Liu et al. (2018) menunjukkan bahawa melalui persembahan kempen projek, ia dapat melahirkan satu tarikan kepercayaan yang menyebabkan pengguna platform pendanaan awam sudi menyumbang dana dalam projek tersebut. Persembahan kempen ini termasuklah imej yang digunakan, naratif isi kandungan, panjang saiz mesej yang disampaikan, dan penggunaan laras bahasa yang sesuai. Kempen yang baik akan menggambarkan harapan yang membawa maksud kebahagiaan kerana manusia lebih mudah tertarik kepada perkara-perkara yang baik yang mana ianya terbentuk melalui kepercayaan beragama dan budaya (Kashif et al. 2015). Persembahan kempen yang baik dan positif dapat menambahkan nilai empati kepada penyumbang yang berpotensi untuk memberi dana dan secara tidak langsung pengguna tersebut akan berkongsi nilai tersebut kepada orang lain.

Hasil penelitian penulis mendapati, tidak terdapat kajian yang meneroka tindakan susulan dari penyumbang dana selepas mereka memberi sumbangan terhadap mana-mana projek tersebut. Hal ini penting kerana ia dapat membantu orang ramai memastikan bahawa setiap sumbangan yang dibuat digunakan dengan amanah dan bertanggungjawab. Ia juga menjadi bukti utama kepada *crowdfunder* bahawa mereka menggunakan sumbangan tersebut dengan tujuan seperti yang dicanangkan melalui kempen. Selain itu, tidak terdapat kajian yang

membincangkan mengenai kepentingan kawalan dalaman bagi menjamin kredibiliti dan kepercayaan penyumbang kepada *crowdfunder*. Menurut Mahamood et al. (2017), kawalan dalaman adalah penting dan menyumbang kepada tadbir urus yang baik sesebuah institusi.

Antara limitasi yang wujud dalam kajian ini ialah, faktor-faktor yang diambil kira sebagai elemen kepercayaan hanyalah faktor yang bersifat umum kerana sumber sorotan karya yang terhad yang hanya mengambil kira pendekatan kajian kuantitatif. Jika sorotan karya mengambil kira kajian pendekatan kualitatif, dapatan kajian akan lebih komprehensif dalam menjelaskan elemen kepercayaan yang wujud. Bagi menyelesaikan perkara ini, sumber pangkalan data juga perlu diluaskan dengan pelbagai sumber data yang lain, namun menggunakan kata kunci dan fungsi *Boolean Operator* yang sama bagi mengekalkan keaslian dan mutu dalam proses pengenalpastian. Antara faktor lain yang boleh dijadikan teras elemen kepercayaan, seperti faktor jantina, faktor umur, faktor latar belakang akademik, faktor ekonomi dan faktor budaya dan agama. Bagi potensi kajian akan datang, penulis menyarankan skop kajian diluaskan dengan mengambil kira sumber karya pendekatan kajian kualitatif. Selain itu juga, limitasi kedua ialah, kajian ini melibatkan indikator ganjaran sebagai sebab utama orang ramai menyumbang dan juga aspek cabaran yang dilalui setiap *crowdfunder* projek dalam memohon sumbangan secara sukarela dari orang ramai melalui platform pendanaan awam bertujuan kebajikan.

KESIMPULAN

Mekanisma pendanaan awam bertujuan kebajikan adalah satu platform atas talian yang menawarkan ruang dan peluang untuk menyumbang dan meraih dana bagi tujuan menjalankan pelbagai projek kebajikan. Justeru, adalah penting untuk mengetahui faktor yang melahirkan kepercayaan orang ramai menyumbang dana melalui mekanisma ini. Hasil kajian telah menemui lima (5) faktor utama yang mana elemen kepercayaan menjadi teras penting, iaitu; filantropi dan motivasi, kempen, laman sesawang, kredibiliti *crowdfunder* dan kemudahan transaksi. Dapatan ini adalah relevan kepada *crowdfunder* sama ada individu atau organisasi yang menghadapi masalah kekurangan dana sebagai panduan ke arah penambahbaikan terhadap kempen-kempen mereka supaya kempen yang dilaksanakan lebih menarik kepercayaan orang ramai untuk menyumbangkan dana. Selain itu, kajian ini diharap menjadi perintis kepada kajian akan datang dan memberi dimensi baharu kepada kajian berkaitan pendanaan awam bertujuan kebajikan.

PENGHARGAAN

Artikel ini adalah sebahagian daripada dapatan Projek Penyelidikan yang dibiayai Universiti Kebangsaan Malaysia di bawah peruntukan Universiti Penyelidikan

(UP) Geran Arus Perdana, AP-2013-012 (*New Avenue for Wealth Creation and Skill Requirements for High-Income Economy*).

RUJUKAN

- Abdullah, A. 2016. Crowd funding As An Emerging Fundraising Tool: With Special Reference to The Malaysian Regulatory Framework. *Islamic and Civilisation Renewal*: 98-119.
- Beier, M. & Wagner, K. 2016. User Behavior in Crowdfunding Platforms - Exploratory Evidence from Switzerland. *The 49th Hawaii International Conference on System Sciences*. 3584-3593.
- Boeuf, B., Darveau, J. & Legoux, R. 2014. Financing Creativity: Crowdfunding as a New Approach for Theatre Projects. *International Journal of Arts Management* 16(3): 33-48.
- Butticè, V., Colombo, M.G. & Wright, M. 2017. Serial Crowdfunding, Social Capital and Project Success. *Entrepreneurship Theory and Practice (ETP)* 41(2): 183-207
- Cecere, G., Le Guel, F., & Rochelandet, F. 2017. Crowdfunding and social influence: An empirical investigation. *Applied Economics*. 49(57): 1-12.
- Chen, S., Thomas, S. & Kohli, C. 2016. What Really Makes a Promotional Campaign Succeed on a Crowdfunding Platform? Guilt, Utilitarian Products, Emotional Messaging, And Fewer But Meaningful Rewards Drive Donations. *Journal of Advertising Research* 56 (1): 81-94
- Cho, M., Lemon, L. L., Levenshush, A. B. & Childers, C. C. 2019. Current Students as University Donors? : Determinants in College Students' Intentions to Donate and Share Information About University Crowdfunding Efforts. *International Review on Public and Nonprofit Marketing* 16(1): 23-41
- Cox, J., Nguyen, T. & Kang, S. M. 2018. The Kindness of Strangers? An Investigation into the Interaction of Funder Motivations in Online Crowdfunding Campaigns. *Kyklos* 71(2): 187-212.
- Flemming, K., Booth, A., Hannes, K., Cargo, M. & Noyes, J. 2018. Cochrane Qualitative and Implementation Methods Group Guidance Paper 5: Reporting guidelines for qualitative, implementation and process evaluation evidence syntheses. *Journal of Clinical Epidemiology* 97: 70-78.
- Gerber, E. M., & Hui, J. 2013. Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation. *ACM Transactions on Computing-Human Interaction* 20(6): 34(1)- 34(32)
- Ghazali, N. H. & Yasuoka, T. 2018. Awareness and Perception Analysis of Small Medium Enterprise and Start-up Towards FinTech Instruments - Crowdfunding and Peer-to-Peer Lending in Malaysia. *International Journal of Finance and Banking Research*. 4(1): 13-24.
- Gillath, O. & Karantzas., G. 2019. Attachment security priming: a systematic review. *Current Opinion in Psychology* 2(SI): 86-95.
- Gleasure, R. & Feller, J. 2018. Does Heart or Head Rule Donor Behaviors in Charitable Crowdfunding Markets? *International Journal of Electronic Commerce* 20(4): 499-524.
- Goran, C. 2018. Crowdfunding. In *The SAGE Encyclopedia of the Internet*. SAGE Publications Inc. 112-114. Thousand Oaks.
- Gregg, D.G. & Walczak, S. 2010. The relationship between website quality, trust and price premiums at online auctions. *Electronic Commerce Research* 10: 1-25.
- Hasan, A. & Sulaiman, S. 2016. Pelaburan Secara Pengumpulan Dana Masyarakat Dan Isu-Isu Syariah Yang Berkaitan. *Jurnal Muamalat*. 9: 23-36.
- Hasan, N. & Ab. Rahman, A. 2012. Pengalaman Program Bantuan Makanan di Malaysia: Kajian di Pertubuhan Bukan Kerajaan (Ngo) Terpilih. *Jurnal Syariah* 20(1): 47-78
- Kashif, M., Sarifuddin, S. & Hassan, A. 2015. Charity donation: Intentions and behavior. *Marketing Intelligence & Planning* 33(1): 90-102
- Kunz, M. 2017. Build Your City! – Engaging Citizens In Crowdfunding Projects. *Twenty-Fifth European Conference on Information Systems (ECIS)*: 2-17
- Lee, Y.C., Yen, C.H. & Fu, W.T. 2016. Improving Donation Distribution for Crowdfunding: An Agent-Based Model. In: Xu K., Reitter D., Lee D., Osgood N. (eds) Social, Cultural, and Behavioral Modeling. SBP-BRIMS 2016. *Lecture Notes in Computer Science* 9708
- Li, Y.-Z., He, T.-L., Song, Y.-R., Yang, Z. & Zhou, R.-T. 2017. Factors Impacting Donors' Intention to Donate to Charitable Crowd-Funding Projects in China: A Utaut-Based Model. *Information, Communication & Society* 21(3): 404-415.
- Lim, A.L., Hashim, F. & Embong, Z. 2019. Board Characteristics, Investors' Confidence and Firm Value: Malaysian Evidence. *Asian Journal of Accounting and Governance* 12: 169-181.
- Liu, L., Suh, A. & Wagner, C. 2017. Donation Behavior in Online Micro Charities: An Investigation of Charitable Crowdfunding Projects. *In Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*, Big Island, Hawaii, U.S; 843-852.
- Liu, L., Suh, A. & Wagner, C. 2018. Empathy or Perceived Credibility? An Empirical Study on Individual Donation Behavior in Charitable Crowdfunding. *Internet Research* 28(3): 623-651.
- Loo, C.H. 2018. Crowdfunding: Issues Pertaining to Financial Reporting and Assurance in Malaysia. *Journal of Wealth Management & Financial Planning* 5: 17-24.
- Lutfi, M.A., & Ismail, M.A. 2016. Sadaqah-Based Crowdfunding Model for Microfinancing and Health Care. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research* 13(2): 31-51.
- M. Noor, A.H., M. Isa, N.A., M, Irpan. H., Bahrom, H., Md, Salleh. A. & Ridzuan, A.R. 2015. Characteristic Affecting Charitable Donations Behavior: Empirical Evidence from Malaysia. *Procedia Economics and Finance* 31: 563 – 572.
- Mahamood, R.H., S.Shahida, Musafar Hameed. L.B. & Mustaffha, N. 2017. Kawalan dalaman tadbir urus wakaf di Malaysia. *Asian Journal of Accounting and Governance* 8: 49-58. Special Issue.
- Majumdar, A. & Bose, I. 2018. My Words for Your Pizza: An Analysis of Persuasive Narratives in Online Crowdfunding. *Information & Management* 55(6): 781-794.
- Massolution. 2015. *Crowdfunding Industry Report*. New York, USA: 1-118
- Mitra, D. 2012. The Role Of Crowdfunding In Entrepreneurial Finance. *Delhi Business Review* 13(2): 67-72
- Mohd Thas Thaker, M. A., Mohd Thas Thaker, H. & Allah Pitchay, A. 2018. Modeling Crowdfunders' Behavioral Intention to Adopt the Crowdfunding-Waqf Model (Cwm) in Malaysia. *International Journal of Islamic and Middle*

- Eastern Finance and Management* 11(2): 231-249.
- Moher D, Liberati A, Tetzlaff J, Altman DG, The PRISMA Group. 2009. Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *PLoS Medicine* 6(7): 1-6
- Mokhtarrudin, A., Masrurah, I. M. K. & Muhamad, S. C. R. 2017. Crowdfunding as a Funding Opportunity for Youth Start-Ups in Malaysia. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities (JSSH)*. 25: 139-154
- Moleskis, M., Alegre, I. & Canela, M. A. 2018. Crowdfunding Entrepreneurial or Humanitarian Needs? The Influence of Signals and Biases on Decisions. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 48(3): 552-571.
- Nik Ab Malik, N.M.A, Shahimi, S., Ismail, M.A. & Mohd Shafai, M.H. 2020. Faktor Penyebab Penyisihan Sosial dalam Kalangan Masyarakat berdasarkan Sorotan Karya Bersistematis dan Keperluan Analisis Lanjut daripada Perspektif Islam. *Jurnal Islamiyyat*. Akan terbit.
- Okoli, C. 2015. A Guide to Conducting a Standalone Systematic Literature Review. *Communications of the Association for Information Systems*: 37: 879-910
- Özdemir, V., Faris, J. & Srivastava, S. 2015. Crowdfunding 2.0: The next-generation philanthropy a new approach for philanthropists and citizens to co-fund disruptive innovation in global health. *EMBO Reports* 16(3): 267–271
- Rahman, M. P., Duasa, J. & Mustaffa Kamil, N.K. 2016. Factors contributing to the success of crowdfunding: the Malaysian case. In: 2016 *Asia-Pacific Conference on Economics & Finance*, Ah Hood Road Singapore:1-15
- Rodriguez-Ricardo, Y., Sicilia, M. & López, M. 2018. What Drives Crowdfunding Participation? The Influence of Personal and Social Traits. *Spanish Journal of Marketing - ESIC* 22(2): 163-182
- Rosli, F.I. & S.Shahida. 2019. Addressing the principal-agent problem in equity crowdfunding in Malaysia. *International Journal of Islamic Economics and Finance Research* 2(1): 26-40
- Salido-Andres, N., Rey-Garcia, M., Alvarez-Gonzalez, L.I. & Vazquez-Casielles, R. 2019. Nonprofit Organizations at the Crossroads of Offline Fundraising and Social Innovation: The Influence of Promoter Behavior on the Success of Donation-Based Crowdfunding Through Digital Platforms. In: Machado J., Soares F., Veiga G. (eds.) *Innovation, Engineering and Entrepreneurship*. HELIX 2018. *Lecture Notes in Electrical Engineering* 505 Springer, Cham.
- Sasaki, S. 2019. Majority Size and Conformity Behavior in Charitable Giving: Field Evidence from a Donation-Based Crowdfunding Platform in Japan. *Journal of Economic Psychology* 70: 36-51.
- Shafrill, H.A.M., Krauss, S.E., & Samsuddin, S.F. 2018. A Systematic review on Asian's Farmers' adaptation practices towards climate change. *Science of the Total Environment* : 683-695
- Shaffril, H.A.M., Samah, A.A., Samsuddin, S.F, & Ali, Z. 2019. Mirror-mirror on the wall, what climate change adaptation strategies are practiced by the Asian's fishermen of all?. *Journal of Cleaner Production*. 232: 104-117.
- Umar, M. 2018. The Positive Impact of Crowdfunding For The Ummah. *Ifikr column*. Retrieved 09 April 2020 from <https://ifikr.isra.my/columns/post/131/the-positive-impact-of-crowdfunding-for-the-ummah>
- World Bank. 2013. Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC, *Crowdfunding's Potential for the Developing World*: 1-103.
- Xiao, Y. & Watson, M. 2019. Guidance on Conducting a Systematic Literature Review. *Journal of Planning Education and Research* 39(1) : 93–112
- Zemack-Rugar, Y. & Klucarova-Travani, S. 2018. Should Donation Ads Include Happy Victim Images?The Moderating Role of Regulatory Focus. *Marketing Letters* 29(4): 421-434.
- Nur Izzati Jamaludin
Fakulti Ekonomi dan Pengurusan
Universiti Kebangsaan Malaysia
43600 UKM Bangi, Selangor
MALAYSIA
E-mel: izzatijamaludin.nur@gmail.com
- Shahida Shahimi*
Pusat Kajian Pembangunan Inklusif dan Lestari (SID)
Fakulti Ekonomi dan Pengurusan
Universiti Kebangsaan Malaysia
43600 UKM Bangi, Selangor
MALAYSIA
E-mel: shahida@ukm.edu.my
Latifa Bibi Musafar Hameed
Pusat Penyelidikan Antarabangsa Ekonomi dan Kewangan Islam (IRCIEF)
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS)
Bandar Seri Putra
43000 Kajang, Selangor
MALAYSIA
E-mel: latifa@kuis.edu.my
- *Penulis koresponden