Dinamika Crowdfunding dalam lingkungan masyarakat

Nama : haqqan amien

Email : haqqanamien1@gmail.com

Crowdfunding atau urun dana, merupakan kegiatan pengumpulan dana secara online dalam skala kecil tetapi berasal dari jumlah masyarakat yang besar sehingga terkumpul dana yang signifikan. (Kim, Bonn, & Lee, 2019). Dalam digital humanity, yang pertama crowdfunding mendorong wirausaha dalam melakukan kembali kegiatan sosial dengan tindakan yang responsif terhadap humaniora digital dengan cara mengadakan kegiatan sosial ketempat terpencil dengan tujuan untuk berbagi pengetahuan pada masyarakat di sana. Yang kedua, resiko yang didapat wirausaha sosial memberi dampak terhadap para pemangku kepentingan yang fokus terhadap dampak sosial humaniora digital. Yang terakhir, melakukan crowdfunding untuk usaha sosial dalam mempekerjakan profesional dengan pengaturan kerja yang fleksibel. Hal-hal tersebut sangat membantu untuk masyarakat dalam daerah terpencil yang memerlukan pembelajaran. (Pratono, et al., 2020)

Peran yang dimainkan crowdfunding rewards dalam kesenjangan sosial pembiayaan benih biji jagung untuk wirausaha start-up sosial di berli, dan di Friedrichshain-Kreuzberg khususnya. Kemunculan crowdfunding belum memiliki konsekwensi dari kebijakan program pemerintah kota. Perwakilan platform terkemuka dari berlin memberikannya untuk kami tanpa pandangan strategis dari pemerintah untuk mendukung crowdfunding dengan caranya sendiri. Dengan tidak adanya crowdfunding di agenda pemerintah kota berlin akan berdampak dua konsekwensi dari faktor utama. Faktor yang pertama sebagian besar crowdfunding tidak perlu dalam pengaturan konteks publik dan swasta yang mapan untuk membiayai start-up dan unit kegiatan masyarakat. Departemen start-up kota berlin memberikan pinjaman puluhan juta euro setiap tahunnya. Selain itu layanan start-up digital yang di sediakan oleh berlin sparkasse merupakan satu-satunya cabang bank yang unik dan terorganisir secara regional meskipun meminjamkan uang kepada unit kegiatan masyarakat. Kedua gagasan tentang “kewirausahaan sosial” dan “inovasi sosial” merasa tidak nyaman dengan batasan-batasan yang memisahkan domain ekonomi dan masyarakat sipil di bawah jerman. Ekonomi pasar sosial semakin bergoyang di pemerintah kota berlin dan lembaga keuangan utama. (Langley, Lewis, McFarlane, Painter, & Vradis, 2020)

Untuk mencari efek jera pada pendiri bisnis menggunakan crowdfunding, penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif dan proses induktif. Metode penyelidikan kualitatif dan analisis tematik yang memungkinkan para peneliti untuk mencari tau cirikhas dan dinamika. Pencari modal sudah cukup jera untuk adopsi crowdfunding dengan pendiri bisnis pariwisata di iran. Kami juga menggunakan metode studi kasus efek jera crowdfunding yang di ciptakan dengan faktor kontekstual dalam lingkungan bisnis pariwisata. Bangunan di atas memiliki keputusan nyata dari pendiri bisnis studi ini yang mana untuk mengembangkan studi kasus tentang crowdfunding yang masih tebelakang. Mempekerjakan multi kasus juga sesuai dengan penelitian utama kami tujuan untuk menyelidiki jera yang menghasilkan keputusan untuk menghindari mengadopsi crowdfunding untuk meningkatkan modal bisnis di Iran Studi sebelumnya tentang keputusan keuangan bisnis pariwisata telah sebagian besar mengadopsi metode kualitatif penyelidikan dan telah menyerukan lebih lanjut tentang dana. (Bagheri, Chitsazan, & Koolaji, 2020)

Persamaan dalam journal tersebut sama2 melakukan penelitian crowdfunding pada permasalahan sosial yang mana tempat tersebut akses pendidikan dan kurangnya fasilitas yang memadai untuk pembelajaran. Dengan dukungan langsung dari masyarakat dan pemerintah, crowdfunding juga selalu mengadakan galang dana secara online untuk membantu orang-orang yang sedang kesusahan dalam berwira usaha dengan cara ada yang memberikan pinjaman kepada unit kegiatan masyarakat (UKM).

Bibliography

- Kim, M. J., Bonn, M., & Lee, C.-K. (2019). The effects of motivation, deterrents, trust, and risk on tourism crowdfunding behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25, 244-260. doi: 10.1080/10941665.2019.1687533
- Bagheri, A., Chitsazan, H., & Koolaji, S. (2020). Deterrents of tourism business crowdfunding: Aversion decision and aversion behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 1-11.
- Langley, P., Lewis, S., McFarlane, C., Painter, J., & Vradis, A. (2020). Crowdfunding cities: Social entrepreneurship, speculation and solidarity in Berlin. *Geoforum*, 115, 11–20.
- Pratono, A. H., Prima, A. D., Sinaga, N. F., Permatasari, A., Ariani, M., & Han, L. (2020). Crowdfunding in digital humanities: some evidence from Indonesian social enterprises. *Journal of Information Management*, 72, 287-303. doi:10.1108/AJIM-05-2019-0123