



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 8945-8954

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Studi Empiris Peran *Product Management* Dalam Fitur Bisalelang Sebagai Solusi Mengurangi Penumpukan Sampah dan Berdonasi Dalam Aplikasi Kitabisa

Siti Aminah¹, Annisa Aghniarahma Junia²

Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang

Email : aminahsiti771@gmail.com¹

Abstract

Program *Product Management* di PT. Mahija Abitha (Apiary Academy) menggunakan metode pembelajaran model campuran (blended learning model asynchronous dan synchronous) yang merupakan kondisi dari belajar mandiri (*self learning*) melalui LMS dan quiz, belajar kelompok (*peer-learning*) melalui studi kasus dan *individual assessment*, dan *mentor-led learning* melalui *live session* serta *final project*. Apiary Academy merupakan sebuah tempat pelatihan yang memberikan layanan untuk bisa menjadi seorang Product Management dengan misi untuk melatih dan membekali jutaan orang Indonesia dengan keterampilan serta pola pikir yang berkembang, sehingga dapat melahirkan manajer produk berkualitas dan memiliki kompetensi yang bagus melalui pembelajaran & praktik langsung dengan mentor dan pelatih yang berpengalaman dari berbagai macam industri. Dalam *program Product Management Fundamentals Training for Digital Product by apiary academy studi independent batch 4* memiliki misi atau tujuan untuk bisa menjadi wadah pembelajaran bagi mahasiswa agar dapat memenuhi kompetensi dalam bidang manajemen produk, serta mempersiapkan karir bagi mahasiswa yang ingin menjadi seorang product management. Dalam pengerjaan *final project* sendiri banyak proses yang dihadapi untuk bisa menghasilkan sebuah fitur yang dapat menjadi solusi dan permasalahan yang user miliki yaitu research data melalui interview & survei, menentukan permasalahan terbesar yang ingin diselesaikan, menentukan target market yang ingin kita tuju, membuat perbandingan antara produk kita dengan kompetitor, membuat alur produk dan kemungkinan masalah yang akan muncul, mencoba melakukan *usability testing* (uji coba) untuk mendapatkan *feedback* seputar produk. Dengan sebuah rancangan fitur yang berhasil dibuat adalah fitur BisaLelang dalam aplikasi Kitabisa (subjek fiktif pembelajaran) yang sudah berupa *prototype final* dan diharapkan dapat menjadi solusi bagi user yang ingin berdonasi tetapi memiliki keterbatasan dana dengan mengadopsi kegiatan lelang online dengan menjadikan keseluruhan hasil penjualan lelang untuk didonasikan diharapkan bisa menjadi solusi yang terbaik dan mudah bagi user tersebut. *Product Management* yang baik dapat menciptakan produk yang bisa menyelesaikan permasalahan user

pengguna nya dengan berdasarkan pada *research* yang berupa data yang dapat dijadikan acuan untuk menjadi tujuan dari sebuah produk dibuat.

Kata Kunci : *Product Management, Donasi Kitabisa, Bisalelang*

Abstract

Product Management Program at PT. Mahija Abitha (Apiary Academy) uses a mixed model learning method (blended learning model asynchronous and synchronous) which is a condition of independent learning (self-learning) through LMS and quizzes, group learning (peer-learning) through case studies and individual assessments, and mentors -led learning through live sessions and final projects. Apiary Academy is a training place that provides services to become a Product Management with a mission to train and equip millions of Indonesians with developing skills and mindsets, so that they can produce quality product managers who have good competencies through direct learning & practice with mentors. and experienced trainers from various industries. In the Product Management Fundamentals Training for Digital Product program by apiary academy during independent study batch 4, the mission or goal is to be a learning forum for students so they can fulfill competencies in the field of product management, as well as prepare careers for students who want to become product managers. In working on the final project itself, there are many processes that are faced to be able to produce a feature that can be a solution to the problems that users have, namely research data through interviews & surveys, determining the biggest problem that we want to solve, determining the target market we want to target, making comparisons between products. We work with competitors, create product flows and possible problems that will arise, try to carry out usability testing (trials) to get feedback about the product. With a feature design that has been successfully created, the BisaLelang feature in the Kitabisa application (a fictional learning subject) is in the form of a final prototype and is expected to be a solution for users who want to donate but have limited funds by adopting online auction activities by using the entire auction sales proceeds to be donated. It is hoped that this can be the best and easiest solution for these users. Good product management can create products that can solve user problems based on research in the form of data that can be used as a reference for the purpose of a product being created.

Keywords: Product Management, Kitabisa Donation, Bisalelang

PENDAHULUAN

Product Management memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan terutama dalam perencanaan dan pengembangan suatu produk. Bisa dikatakan jika posisi ini yang mengelola produk dan apapun yang berkaitan dengan sebuah produk. Jadi mulai dari proses ideasi, eksekusi ide, hingga operasional produk akan menjadi tanggungan jawab product manager.

Seorang product manager harus piawai dalam berkoordinasi dengan para stakeholders dan membuat fitur yang bermanfaat untuk user dengan segala keterbatasan yang ada baik dari

sisi resources maupun waktu. Hal tersebut berarti product manager harus memahami seluruh aspek bisnis suatu perusahaan. Berdasarkan informasi (Glassdoor and Payscale.com) Gaji Product Manager di US sendiri dapat mencapai hingga 67 Juta/bulan bahkan mencapai ratusan juta perbulan, gaji tersebut sangat sepadan dengan tugas dan tanggung jawabnya, sebab profesi ini merupakan posisi yang sangat penting dalam suatu perusahaan dengan tanggung jawab yang cukup besar. Dengan memiliki prospek kerja yang baik menjadikan product management menjadi salah satu profesi yang menjanjikan dari segi gaji yang sebanding dengan tanggung jawab yang dimiliki.

Product Management sendiri bertugas untuk pengelolaan siklus hidup produk (product life cycle) atau lini produk. Dimana siklus hidup produk dibagi menjadi 4: 1. Introduction: Tahap inisiasi, dimana ide diwujudkan menjadi produk dan dipasarkan ke user 2. Growth: Produk yang sukses akan terus berkembang, peminatnya semakin meningkat, dan menjadi lebih mudah diakses 3. Maturity: Penjualan sudah profitable sehingga kompetisi pasar meningkat 4. Decline: Tahap akhir, dimana produk collapse karena kompetisi yang tinggi dan kurangnya peminat Selain mengelola pengembangan produk, PM juga bertanggung atas keberhasilan produk, alias mendapatkan produk terbaik di pasar yang sesuai kebutuhan user. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan penjualan melalui produkproduk yang dikembangkan. Siplenya, PM itu berdiri di antara 3 pilar: teknologi, bisnis, dan UX menjembatani 3 pilar tersebut agar bisa saling bekerjasama dan dapat menghasilkan suatu produk yang berkualitas tinggi, sesuai standar perusahaan, dan sukses di pasaran.

Apiary Academy sendiri merupakan sebuah tempat pelatihan Produk Manajemen dengan misi untuk melatih dan membekali jutaan orang Indonesia dengan keterampilan serta pola pikir yang berkembang, sehingga dapat melahirkan atau mencetak manajer produk berkualitas dan memiliki kompetensi melalui pembelajaran & praktik langsung dengan mentor dan pelatih yang berpengalaman dari berbagai macam industri. Apiary memberikan kesempatan kepada para mahasiswa untuk bisa belajar menjadi seorang product management yang kompeten dengan membuat sebuah program yang bekerjasama dengan Kampus Merdeka melalui Studi Independen yang dinamakan *Product Management Fundamentals Training for Digital Product* yang bertujuan untuk bisa menjadi wadah pembelajaran bagi mahasiswa agar dapat memenuhi kompetensi dalam bidang manajemen produk, serta mempersiapkan karir bagi mahasiswa yang ingin menjadi seorang *product management*.

Table 1 Daftar Kegiatan

Kegiatan	Tanggal
Onboarding Day	16 Februari 2023
Self Learning Module 1 - 10 and Quiz	17 Februari - 15 Mei 2023
Live Session	17 Februari - 25 Mei 2023
Individual Assessment And Studi Kasus	20 Februari - 8 Mei 2023
Self Learning Module 11"Career Preparation"	30 Mei - 15 Juni 2023
Final Project Brief	16 Juni 2023
Mengerjakan Final Project	17 Mei - 22 Juni 2023
Mentoring "final project"	20 Mei - 19 Juni 2023
Final Project Submission	21 Juni 2023
Final Review	23 Juni 2023
Graduation Day	27 Juni 2023

Program ini berlangsung selama lima bulan yang berisi mulai dari pengenalan konsep-konsep dasar dalam manajemen produk hingga mempelajari kerangka kerja dan berbagai kemampuan teknis dalam manajemen produk serta skill yang harus dimiliki untuk bisa menjadi seorang product management. Proses pembelajaran bersama Apiary Academy berlangsung melalui kelas daring dengan trainer yang dilengkapi dengan sesi praktik melalui quiz di setiap chapternya dalam sebuah modul, studi kasus, tugas berkelompok, dan final project sebagai penilaian kelulusan bagi peserta.

METODE

Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah bentuk penelitian empiris yang didalam penelitiannya menggunakan keadaan sosial masyarakat. Data jurnal ini menggunakan survei online dan interview, pada bulan Mei 2023 menggunakan sarana google form yang disebarakan melalui jejaring sosial pada masyarakat umum dibagi untuk non-user dan existing user aplikasi Kitabisa. Topik pertanyaan tersebut untuk mengetahui bagaimana pengalaman user dalam melakukan kegiatan berdonasi, untuk mengetahui seberapa jauh user mengenal kegiatan lelang, untuk mengetahui tanggapan user mengenai fitur BisaLelang (*mockup*). Data yang diperoleh melalui survei dan wawancara ini diolah menggunakan data kualitatif. Tipologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sifatnya adalah tipe penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu gejala yakni penggambaran dan penjelasan mengenai bagaimana peran product management pada penambahan fitur baru BisaLelang dalam (*fake situation*) pada aplikasi Kitabisa. Data primer

yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil survei dan wawancara yang digunakan sebagai dasar pembuatan serta penguatan rancangan fitur BisaLelang dalam aplikasi Kitabisa kedepannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Apakah fitur Bisalelang dapat menjadi pilihan bagi masyarakat dan solusi dari permasalahan yang dialami masyarakat khususnya tentang penumpukan barang melalui lelang barang secara online yang digabungkan dengan donasi online

Berawal dari keinginan user untuk tetap bisa berdonasi meski sedang tidak memiliki saldo dan membangkitkan kembali semangat untuk saling berbagi. Kami mencoba mengkolaborasikan keinginan user ini dengan problem yang umum terjadi, yaitu hoarding disorder atau kebiasaan menumpuk barang khususnya di kalangan masyarakat Indonesia.

Gabungan dari upaya mengurangi menumpuknya barang yang tidak terpakai yang mana kemudian dapat membiasakan user berperilaku sortir barang dapat mewujudkan kehidupan yang minimalis. Hasil dari kolaborasi ini akan dirasakan oleh user dengan adanya kemudahan berdonasi saat saldo tidak ada, yaitu user tetap bisa mendapatkan dana untuk didonasikan dengan menjualkan barang-barang yang sudah tidak terpakai lagi dan user yang membeli barang pun bisa menemukan barang preloved dengan harga yang ramah di kantong. Survei ini di sebar melalui jejaring sosial seperti Whatsapp dan Instagram.

Survei ini dilakukan pada bulan Mei tahun 2023 yang diperoleh sebanyak 37 responden yang terdiri dari 37% (27 orang) perempuan dan 27% (10 orang) laki-laki. Survei ini diisi oleh 40,5% (12 orang) masyarakat berumur 18-24 tahun, 32,4% (12 orang) masyarakat berumur 25-34 tahun, 27% (10 orang) masyarakat berumur 35-44 tahun, 59,5% (22 orang) masyarakat pengguna aktif aplikasi Kitabisa, 21,6% (8 orang) masyarakat mungkin pengguna aktif aplikasi Kitabisa, 18,9% (7 orang) masyarakat pengguna tidak aktif aplikasi Kitabisa dengan pengisi pekerjaan terbanyak adalah mahasiswa dengan 11 orang dan domisili terbanyak berasal dari Jakarta. Dengan hasil wawancara mengenai bagaimana persepsi masyarakat tentang barang hasil lelang, tentang apakah masyarakat pernah memikirkan cara lain untuk berdonasi.

Table 2 Hasil Survei

Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1. Saya mengetahui apa itu definisi dari kegiatan jual beli barang di era ekonomi digital	2,7% (1)	13,5% (5)	5,4% (2)	67,6% (25)	10,8% (4)
2. Saya pernah mengikuti, melakukan penjualan atau membeli barang dari kegiatan lelang secara online	5,4% (2)	32,4% (12)	10,8% (4)	43,2% (16)	8,1% (3)
3. Saya merasa puas terhadap hasil jual beli dari kegiatan lelang barang yang saya ikuti.	2,7% (1)	21,6% (8)	29,7% (11)	40,5% (15)	5,4% (2)
4. Saya berharap kegiatan lelang barang dapat terus berinovasi agar dapat menciptakan sistem berbelanja yang lebih baik dan lebih menarik lagi.	0	0	5,4% (2)	62,2% (23)	32,4% (12)
5. Saya bersedia kembali membeli atau menjual barang melalui kegiatan lelang barang secara online.	0	5,4% (1)	24,3% (9)	51,4% (19)	18,9% (7)
6. Saya mengetahui aplikasi Kitabisa karena dikenal mempunyai kualitas yang baik di mata masyarakat.	0	0	8,1% (3)	54,1% (20)	37,8% (14)
7. Saya merasa aman bertransaksi secara online pada platform Crowdfunding Kitabisa karena sudah mengantongi izin PUB (Penggalangan Uang dan Barang) dari Kemensos dengan SK Menteri No 478/Huk-Ps/2017.	0	0	13,5% (5)	59,5% (22)	27% (10)
8. Saya merasa terbantu setelah menggunakan aplikasi Kitabisa untuk melakukan kegiatan berdonasi secara online.	0	2,7% (1)	8,1% (3)	51,4% (19)	37,8% (14)
9. Selama ini saya belum pernah memiliki pengalaman buruk berdonasi di Kitabisa karena informasi	0	0	8,1% (3)	64,9% (24)	27% (10)

yang diberikan selalu akurat dan mudah untuk dipahami.					
10. Saya merasa puas telah berdonasi di Kitabisa dan Saya akan merekomendasikan Kitabisa sebagai platform untuk berdonasi secara online kepada calon donatur lain.	0	0	10,8% (4)	64,9% (24)	24,3% (9)
11. Saya terbuka untuk mencoba fitur baru yaitu Bisalelang dari Kitabisa yang bertujuan membantu user untuk tetap bisa berdonasi meski memiliki keterbatasan dana.	0	0	13,5% (5)	59,5% (22)	27% (10)
12. Saya tertarik untuk menjadi pembeli atau penjual dalam fitur Bisalelang dari Kitabisa.	0	5,4% (2)	18,9% (7)	54,1% (20)	21,6% (8)
13. Saya bersedia mengalokasikan seluruh hasil penjualan dalam fitur bisalelang online untuk didonasikan melalui Kitabisa.	0	2,7% (1)	18,9% (7)	56,8% (21)	21,6% (8)
14. Saya bersedia memberikan review secara jujur setelah menggunakan fitur Bisalelang dari Kitabisa.	0	0	8,1% (3)	64,9% (24)	27% (10)
15. Saya bersedia dihubungi untuk terlibat dalam proses pengembangan fitur terbaru, yaitu Bisalelang 0 dari Kitabisa sebagai pandangan dari sisi user.	0	0	18,9% (7)	59,5% (22)	21,6% (8)

Memastikan masalah terbesar yang dialami oleh masyarakat untuk dapat berdonasi dengan mudah dan menumpuk barang yang dimiliki dapat menimbulkan masalah besar dikemudian hari yaitu terancamnya kehidupan manusia dimasa depan dan hilangnya rasa kepedulian antar masyarakat. Meskipun banyak yang beranggapan bahwa lelang barang terutama secara online cukup beresiko, tetapi pada kenyataannya pada hasil survei 43,2% orang pernah mengikuti, melakukan penjualan atau membeli barang dari kegiatan lelang secara online, 40,5% (15 orang) merasa puas terhadap hasil jual beli dari kegiatan lelang barang

yang pernah diikuti, 51,4% (19 orang) bersedia kembali membeli atau menjual barang melalui kegiatan lelang barang secara online.

Berdasarkan survei, responden merasa puas telah berdonasi di Kitabisa dan responden akan merekomendasikan Kitabisa sebagai platform untuk berdonasi secara online kepada calon donatur lain. Berdasarkan hasil survei juga sebagian masyarakat bersedia dihubungi untuk terlibat dalam proses pengembangan fitur terbaru, yaitu Bisalelang dari Kitabisa sebagai pandangan dari sisi user. Sedangkan hasil wawancara tidak semua orang menjadikan kegiatan berdonasi adalah suatu kegiatan wajib yang harus dilakukan dan berdonasi menggunakan uang secara cash adalah cara termudah yang dapat dilakukan untuk berdonasi, dan lelang barang secara online harus memiliki jaminan keamanan, kualitas dan sistematis sistem lelang online tersebut, dan lelang online yang digabungkan dengan donasi secara online juga dianggap sebuah kegiatan yang menarik dan layak untuk dicoba untuk bisa menjadi salah satu alternatif untuk berdonasi dengan cara yang berbeda.

Peran Produk Manager Untuk Fitur Baru Bisalelang

Setelah memastikan bahwa masalah terbesar yang dialami masyarakat adalah tentang penumpukan sampah dan tidak memiliki dana untuk berdonasi maka tahap selanjutnya adalah Menentukan Product Vision yang berisi tentang vision statement, product vision dan product strategy canvas untuk mengukur fitur tersebut apakah *feasibility* dalam *product fit market*. Menyelesaikan user persona yang sesuai dengan hasil interview dan survey yang sebelumnya sudah dilakukan agar bisa menghasilkan user experience yang baik dan membuat CJM untuk memberikan gambaran alur user yang menggunakan fitur tersebut dengan berbagai kemungkinan problem yang mereka temui. Menyelesaikan product roadmap agar dapat mengetahui pemrioritasan yang dapat dilakukan untuk mencapai kesuksesan pengembangan produk dan perusahaan, sampai dengan tahapan akhir yaitu mengerjakan pembuatan wireframe flow & user flow untuk memvisualisasikan dan menjelaskan secara keseluruhan struktur dan alur dari produk yang sedang dikembangkan, serta merancang *go to market strategy* untuk membuat rencana strategis untuk memperkenalkan fitur baru ke pasar pengguna agar dapat mencapai keberhasilan produk. Berikut adalah alur pengguna saat menggunakan fitur BisaLelang :

1. User sebagai pengguna disebut dengan pelisting, yaitu orang yang melelang barang yang dimiliki dengan hasil penjualan lelang tersebut sepenuhnya digunakan untuk berdonasi.
2. Mereka akan melihat tombol "input barang" dengan memasukkan identitas pribadi, memilih kategori barang lelang, mengupload foto serta video barang lelang, mengisi deskripsi serta price range, dan menunggu verifikasi by Admin 2×24 jam.

3. User juga bisa melihat bagaimana insight, produk yang mengalami masalah, serta produk yang masih dalam tahap verifikasi dari produk yang mereka lelang.

Fitur yang kami ciptakan masih sebatas untuk user pelisting, belum sampai user yang membeli barang lelang, mengirimkan barang lelang yang sudah dibeli sampai ke tangan user pembeli, dan menyalurkan penghasilan lelang yang siap didonasikan.

SIMPULAN

Product Management memiliki peran yang sangat penting dari tahap perancangan hingga pengawasan produk yang sudah beredar dan dikonsumsi di masyarakat, dengan tahap awal menentukan ide serta memastikan permasalahan utama yang dialami masyarakat untuk bisa memberikan solusi serta tetap melihat peluang pendapatan yang dihasilkan. Penumpukan barang dan tidak memiliki saldo untuk berdonasi adalah masalah utama yang di temukan dalam kasus ini dan peran product management dituntut untuk bisa menemukan pemecahan masalah tersebut.

Salah satunya adalah dengan membuat sebuah fitur baru dalam aplikasi Kita bisa yaitu fitur Bisa lelang yang diharapkan dapat menjadi solusi serta dapat menjangkau user's mulai dari kalangan usia 18 hingga kisaran usia 50 tahun agar memiliki gaya hidup praktis dengan menerapkan perilaku menyingkirkan barang-barang yang tidak dibutuhkan dan hanya menyimpan barang-barang yang memang dibutuhkan dan memiliki ketertarikan berkontribusi dalam kegiatan galang dana atau berdonasi sebagai salah satu bentuk amal kebaikan saling berbagi. Dengan hasil survei dan wawancara yang menunjukkan bahwa masyarakat yakin akan kualitas serta percaya & mau membeli barang lelang secara online dan mau mengalokasikan semua hasil penjualan lelang untuk dapat didonasikan serta membantu sesama yang memerlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Althoff, Tim, dan Jure Leskovec. 2015. "Donor Retention in Online Crowdfunding Communities." : 34–44.
- Ba, Zhichao, Yuxiang (Chris) Zhao, Liqin Zhou, dan Shijie Song. 2020. "Exploring the donation allocation of online charitable crowdfunding based on topical and spatial analysis: Evidence from the Tencent GongYi." *Information Processing and Management* 57(6): 102322. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102322>.
- Beaulieu, Tanya Y., Suprateek Sarker, dan Saonee Sarker. 2015. "A conceptual framework for understanding crowdfunding." *Communications of the Association for Information Systems* 37: 1–31.
- Gamedia.com. 11 Mei 2021. PROFESI PRODUCT MANAGER. Diakses pada 6 Juli 2023, dari <https://www.gamedia.com/pendidikan/profesi-product-manager/>

- Ho, Han Chiang et al. 2021. "The influence of signals on donation crowdfunding campaign success during covid-19 crisis." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18(14).
- Lili, Liu, Suh Ayoung, dan Wagner Christian. 2018. "Empathy or perceived credibility? An empirical study on individual donation behavior in charitable crowdfunding." *Internet Research* 28(3): 623–51. <http://10.0.4.84/IntR-06-2017-0240%0Ahttp://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=llf&AN=130897876&site=ehost-live>.
- Mejia, Jorge, Gloria Urrea, dan Alfonso J. Pedraza-Martinez. 2019. "Operational Transparency on Crowdfunding Platforms: Effect on Donations for Emergency Response." *Production and Operations Management* 28(7): 1773–91.
- Mughni, D., & Faridah, H. (2023). Kebijakan Hukum Pelecehan Seksual (CatCalling) dalam Perspektif Hukum Pidana di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 118-127.
- Novinda Serikandi, Mawar Mawar, Ainaya Nazilatul Fathinia Muqaffa, & Revindra Al Ghivary. (2022). PERAN PRODUK MANAGER DALAM PENGEMBANGAN APLIKASI SI CANTIK. *Journal of Research and Development on Public Policy*, 1(4), 39–46. <https://doi.org/10.58684/jarvic.v1i4.20>
- Rijanto, Arief. 2018. "Donation-based crowdfunding as corporate social responsibility activities and financing." *Journal of General Management* 43(2): 79–88.
- Salido-Andrés, Noelia, Marta Rey-García, Luis Ignacio Alvarez-González, dan Rodolfo Vázquez-Casielles. 2019. "Determinants of success of donation-based crowdfunding through digital platforms: The influence of offline factors." *CIRIEC-Espana Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa* (95): 119–41.
- Shneor, Rotem, Liang Zhao, dan Bjørn Tore Flåten. 2020. *Advances in Crowdfunding: Research and Practice* *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*.
- Tentang Apiary Academy. Diakses pada 12 Mei 2023. <https://academy.apiary.id/about>
- Wash, Rick, dan Jacob Solomon. 2014. "Coordinating donors on crowdfunding websites." *Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW*: 38–48.
- Zhao, Liang, dan Zhe Sun. 2020. "Pure donation or hybrid donation crowdfunding: Which model is more conducive to prosocial campaign success?" *Baltic Journal of Management* 15(2): 237–60.