

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, perkembangan teknologi menjadi semakin pesat. Perkembangan teknologi memiliki peranan penting dalam mendorong seluruh sektor untuk menggunakan teknologi, yang salah satunya adalah sektor keuangan. Penggunaan teknologi dalam sektor keuangan sering disebut sebagai *financial technology* atau teknologi keuangan. Kemunculan teknologi keuangan (*financial technology*) memberikan perubahan yang signifikan pada sektor keuangan seperti pada produk keuangan, model bisnis keuangan, dan perangkat lunak yang berkaitan dengan keuangan serta komunikasinya (Gomber *et al.*, 2017).

Peningkatan teknologi keuangan (*financial technology*) yang progresif pada penggunaannya dapat membentuk ketertarikan yang bervariasi pada setiap individu. Kebutuhan dan keinginan pelanggan memiliki peranan penting dalam pengembangan inovasi pada teknologi keuangan baik dari segi situs maupun sistemnya. Hal ini berdampak pada meningkatnya kepuasan serta kenyamanan pelanggan. Berkembangnya sektor keuangan ini mengakibatkan perlunya dilakukan pengelompokan-pengelompokan tertentu pada setiap kegiatan, pelayanan, dan produk keuangan.

Teknologi keuangan membentuk pengelompokan pada alat serta layanan yang disediakan secara digital yang disebut sebagai keuangan digital. Keuangan digital adalah sebuah digitalisasi keuangan yang meliputi produk dan layanan elektronik yang berhubungan dengan sektor keuangan (Banks, 2001). Misalnya, dalam hal pembiayaan, investasi, alat pembayaran, proses pembayaran, asuransi, dan juga saran dalam kegiatan keuangan. Keuangan digital memberikan kemudahan pada setiap layanan keuangan yang ada, seperti memberikan layanan pembayaran kredit dan menggabungkan *platform* telepon genggam, pengiriman, keuangan mikro, solusi pembayaran, pinjaman *peer to peer* dan pendanaan kolektif (digital.org).

Salah satu penggunaan teknologi keuangan yang belakangan ini cukup populer adalah penggalangan dana secara kolektif melalui media informasi, yang bisa disebut dengan *crowdfunding*. *Crowdfunding* adalah sebuah penggalangan dana secara kolektif yang ditujukan untuk suatu proyek tertentu. *Crowdfunding* diperkenalkan pertama kali pada tahun 1885 untuk proyek pembangunan patung Liberty di Amerika (Short *et al.*, 2017).

Dalam perkembangannya, *crowdfunding* kini telah digunakan hampir di berbagai penjuru dunia. *Crowdfunding* memberikan kemudahan dalam mengakses dan mengumpulkan dana secara cepat dengan hasil yang signifikan. Penggunaan internet dalam sistemnya memudahkan konsumen untuk mengetahui segala proyek yang disalurkan dan juga keterangan detail

untuk meminimalisir kerancuan yang dimiliki oleh penggalang dana (*fundraiser*). Di balik dampak positif yang diberikan oleh *crowdfunding*, *crowdfunding* memiliki kekurangan dalam menghindari unsur penipuan pada sistemnya sehingga banyak pemberi dana (*funder*) memilih untuk tidak memberikan dana-nya dalam sistem tersebut (Kang *et al.*, 2016).

Crowdfunding memiliki empat model berbeda yang dapat memudahkan pemberi dana (*funder*) dalam membuat keputusan penempatan dana yang terbaik, yaitu *crowdfunding* berbasis donasi (*donation-based crowdfunding*) yang tidak memberi imbalan apapun dalam segala kontribusi pemberi dana (*funder*), *crowdfunding* berbasis penghargaan (*reward-based crowdfunding*) yang memberikan imbalan berupa penghargaan atau berbagai hal yang bukan berupa uang atau kepemilikan saham seperti contohnya baju atau *merchandise*, *crowdfunding* berbasis ekuitas (*equity-based crowdfunding*) yang memberikan imbalan kepada pemberi dana (*funder*) berupa kepemilikan saham dan *crowdfunding* berbasis pinjaman (*lend-based crowdfunding*) yang memberikan imbalan berupa bunga dalam pinjaman yang diberikan oleh pemberi dana (*funder*). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil satu model yang dominan terjadi di Indonesia, yaitu *crowdfunding* berbasis donasi (*donation-based crowdfunding*) (Kang *et al.*, 2016).

Perkembangan *crowdfunding* sangatlah pesat. Kemunculan Kickstarter yang berasal dari Amerika menjadi pelopor dari kemajuan sistem *crowdfunding*. Kickstarter sudah memiliki 140.036 proyek yang

telah didanai oleh 14.287.932 pemberi dana (Kickstarter.com). Selain situs Kickstarter, pelopor kedua sistem *crowdfunding* adalah Indiegogo. Indiegogo merupakan situs (*platform*) dengan jumlah dana yang terkumpul untuk mendanai sebuah proyek lebih dari 1 juta US Dollar (Indiegogo.com).

Perkembangan sistem *crowdfunding* juga telah mengakar di Indonesia. Menurut Bhawika (2017) asal mula hadirnya *crowdfunding* di Indonesia diawali dari kesadaran sosial masyarakat Indonesia untuk terlepas dari ketergantungan pembiayaan yang biasanya lebih dominan berbasis asing. Kesadaran ini dapat dilihat dari maraknya situs (*platform*) *crowdfunding* yang mulai bermunculan dan berdampak positif bagi masyarakat Indonesia (Bhawika, 2017). Kitabisa.com adalah salah satu situs (*platform*) yang menjadi pelopor sistem *crowdfunding* di Indonesia dengan sistem donasi. Hal ini dibuktikan pada proyek #Kapalkemanusiaan Indonesia untuk Palestina melalui sistem donasi yang dapat mengumpulkan Rp 9.700.594.453 pada tahun 2018 (Kitabisa.com).

Crowdfunding menjanjikan banyak hal positif yang dapat dirasakan oleh masyarakat terutama penggalang dana (*fundraiser*) dan pemberi dana (*funder*). Dalam penelitian terdahulu, tema *crowdfunding* lebih didominasi oleh kajian tentang konsep dan proses bisnis *crowdfunding* (Belleflamme *et al.*, 2014). Penelitian dengan tema *crowdfunding* yang lain lebih menitikberatkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja *crowdfunding project* (Mollick, 2014; Zheng *et al.*, 2014; Gleasure, 2015).

Penelitian tentang perilaku pemberi dana (*funder*) dalam menentukan keputusan investasi telah dilakukan oleh Kang *et al.*, (2016) di Amerika. Hal tersebut memberikan dampak yang besar terhadap pengetahuan penggalang dana (*fundraiser*) pada perilaku pemberi dana (*funder*). Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa atribut -atribut penting yang dipertimbangkan orang dalam memutuskan berinvestasi dalam *crowdfunding* berkaitan erat dengan proyek (*project-related characteristic*), situs (*platform-related characteristic*), dan penggalang dana (*fundraiser-related characteristic*).

Atribut yang berkaitan dengan proyek diantaranya terdiri dari dimensi jaringan eksternal dan persepsi informatif. Dalam jaringan eksternal, ketertarikan seorang pemberi dana (*funder*) dipengaruhi oleh jumlah dana yang terkumpul dan adanya kerabat atau orang yang dikenalnya ikut serta dalam pendanaan tersebut. Menurut Kang *et al.*, (2016) meningkatnya jumlah dana yang terkumpul akan meningkatkan kepastian dan meminimalisir risiko penipuan. Begitupula, persepsi informatif dalam menarik ketertarikan pemberi dana (*funder*) dengan menggunakan detail penyajian proyek tersebut. Jika, proyek yang ditampilkan sudah tidak meyakinkan pemberi dana (*funder*) maka proyek tersebut dapat terbilang gagal dalam mempresentasikannya. Menurut Kim *et al.*, (2008) kemampuan menargetkan pelanggan dan informasi menjadi hal penting untuk meyakinkan pemberi dana (*funder*), dikarenakan penggalang dana (*fundraiser*) secara terbuka menjelaskan informasi waktu

dan keterangan tempat proyek diadakan, penyelesaian proyek, keakuratan, dan tingkat pemberian dana pada proyek tersebut.

Atribut selanjutnya adalah *platform related characteristic* yang juga dianggap memiliki peranan terhadap keputusan investasi pemberi dana (*funder*). *Platform-related characteristic* adalah sebuah karakteristik yang didalamnya berupa persepsi akreditasi, jaminan structural, keterkaitan pihak ketiga dan konfigurasi website yang dihubungkan dengan penyajiannya dalam sebuah situs (*platform*) dalam *crowdfunding*. Persepsi akreditasi adalah hal pertama yang berpengaruh dalam karakteristik situs (*platform*) untuk menyajikan keterangan lengkap tentang data *history* atau peringkat situs (*platform*) tersebut (Pavlou, 2002). Begitupula jaminan structural yang didukung oleh penelitian Bock *et al.*, (2012) bahwa keyakinan atau jaminan dalam *platform* memiliki struktur hukum atau teknologi pelindung yang dapat menjamin keselamatan dan keamanan sistem *crowdfunding* seperti adanya kontrak, janji, ataupun jaminan di dalamnya. Menurut Kim *et al.*, (2008) menyatakan bahwa keberadaan pihak ketiga seperti bank, akuntan, serikat konsumen dan sebagainya dapat membantu pengelolaan dan penghimpunan dana bagi sistem *crowdfunding*. Keberadaan pihak ketiga juga dapat meminimalisir informasi asimetris yang semu di dalamnya. Dalam menjalankan sistem *crowdfunding*, konfigurasi website juga berperan penting dalam keputusan investasi dimana pemberi dana (*funder*) akan lebih loyal pada situs (*platform*) jika

segala hal dalam situs (*platform*) terbilang mudah dan lebih terstruktur sehingga dapat memudahkan pengguna (Brainin and Neter, 2014).

Atribut terakhir yang dianggap memiliki peranan penting dalam keputusan pemberi dana (*funder*) adalah *fundtaiser-related characteristic*. Pemberi dana (*funder*) memperoleh ketertarikan dalam memberikan dana-nya dipengaruhi oleh berbagai faktor sebagai berikut yaitu kesesuaian agama, nilai kongruensi, ikatan hubungan interaksi sosial, dan kredibilitas penggalang dana. Kesesuaian agama memberikan berbagai pengaruh bagi pola perilaku manusianya, semakin baik ketekunan agama-nya maka semakin baik pula perilaku manusianya dan hal tersebut berkorelasi dengan kerelaan seseorang untuk berdonasi bagi yang membutuhkan (van Cappellen *et al.*, 2011). Dalam mendeklarasikan sebuah proyek, penggalang dana (*fundraiser*) menyiratkan adanya nilai yang akan dicapai sebagai hasil akhir sebuah proyek. Nilai-nilai yang tercantum menjelaskan bahwa pihak pemberi dana (*funder*) dan penggalang dana (*fundraiser*) diharuskan memiliki nilai dan hasil yang sama dalam mencapai hal tersebut Kang *et al.*, (2016). Selanjutnya, adanya ikatan hubungan interaksi sosial yang dilihat dari seberapa sering komunikasi antar pemberi dana (*funder*) dengan penggalang dana (*fundraiser*) tersebut maka ikatan akan semakin kuat. Kredibilitas penggalang dana menjadi sebuah kualitas dan kepercayaan yang diberikan oleh pihak lain secara jangka panjang yang berkaitan dengan kepercayaan pemberi dana (*funder*) dalam memberikan dana-nya kepada penggalang dana (*fundraiser*) (Wagar, 2014).

Kepercayaan adalah suatu hal yang sangat penting dalam menjalankan *crowdfunding platform*. Teori kepercayaan dapat dibedakan menjadi *calculus trust* (kepercayaan kalkulus) dan *relationship trust* (kepercayaan hubungan). Kepercayaan kalkulus adalah sebuah kepercayaan yang ditentukan secara objektif, seperti adanya pertukaran ekonomi, perhitungan ekonomi, dan pergerakan pasar yang bersifat berkelanjutan yang melibatkan logika (Chen *et al.*, 2014) dan kepercayaan hubungan bersifat sebaliknya dan lebih melibatkan perasaan (Urban *et al.*, 2009).

Religiusitas adalah sebuah koneksi atau hubungan nilai kemanusiaan dengan makhluk tertinggi dan bagaimana seseorang dapat menginprestasi hubungan tersebut dalam masyarakat (McDaniel and Burnett, 1990). Kepercayaan agama terhadap segala kegiatan dianut secara lengkap di Negara ini, sehingga hal tersebut secara tidak langsung memiliki faktor terhadap setiap keputusan yang digunakan oleh pemberi dana (*funder*). Pemberi dana (*funder*) yang melakukan investasi tidak terlepas dari faktor risiko. Risiko juga dapat diartikan sebagai kejadian yang tidak diinginkan atau dihindari dari suatu peristiwa (Aven *et al.*, 2011). Dalam dunia investasi, segala hal tentang risiko secara pasti mengikuti setiap kegiatannya termasuk juga pada dunia *crowdfunding* yang belum tentu mengharapkan imbalan seperti donasi.

Indonesia telah melakukan berbagai kemajuan dalam situs *crowdfunding*-nya, tetapi hingga saat ini penelitian tentang bagaimana

perilaku pemberi dana (*funder*) di Indonesia dalam menentukan keputusan menginvestasikan dana-nya masih belum tersedia. Penelitian *crowdfunding* di Indonesia masih terpaku kepada risiko atau dampak yang ditimbulkan dari situs *crowdfunding* (Adiansah *et al.*, 2016; Bhawika, 2017). Melihat minimnya penelitian tentang hal ini, peneliti beranggapan untuk meneliti perilaku pemberi dana (*funder*) pada keputusan pendanaan yang diberikan pada situs *crowdfunding platform* dan juga meneliti apa keterkaitan antar donasi dengan keagamaan.

Berdasarkan paparan diatas, penelitian tentang perilaku pemberi dana (*funder*) yang mempengaruhi keputusan investasi kiranya sangat perlu untuk dilakukan. Penelitian ini berupaya untuk mendapatkan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan investasi individu atau kelompok pada Negara Indonesia dan menguji keterkaitan agama pada tiap kegiatan *donation-based crowdfunding*.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan paparan di atas, maka hal utama yang mendasari kemudian penelitian ini penting dilakukan adalah masih minimnya kajian penelitian yang berupaya menemukan model penjelas keputusan berdonasi melalui layanan pendanaan berbasis *financial technology* (*crowdfunding*) di Indonesia yang dipengaruhi oleh tingkat religiusitas dan risiko.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Dari identifikasi masalah di atas, pertanyaan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *project-related characteristic* berpengaruh terhadap kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi?
2. Apakah pengaruh *project-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas pemberi dana (*funder*)?
3. Apakah pengaruh *project related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (*funder*)?
4. Apakah *platform-related characteristic* berpengaruh terhadap kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi?
5. Apakah pengaruh *platform-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas pemberi dana (*funder*)?
6. Apakah pengaruh *platform-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (*funder*)?

7. Apakah *fundraiser-related characteristic* berpengaruh terhadap kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi?
8. Apakah pengaruh *fundraiser-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas pemberi dana (*funder*)?
9. Apakah pengaruh *fundraiser-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (*funder*)?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah;

1. Untuk menguji pengaruh *project-related characteristic* terhadap kerelaan dalam berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi.
2. Untuk menguji pengaruh *project-related characteristic* terhadap kerelaan dalam berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi yang dimoderasi oleh tingkat religiusitas.
3. Untuk menguji pengaruh *project-related characteristic* terhadap kerelaan dalam berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi yang dimoderasi oleh profil risiko.

4. Untuk menguji pengaruh *platform-related characteristic* terhadap kerelaan dalam berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi.
5. Untuk menguji pengaruh *platform-related characteristic* terhadap kerelaan dalam berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi yang dimoderasi oleh tingkat religiusitas.
6. Untuk menguji pengaruh *platform-related characteristic* terhadap kerelaan dalam berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi yang dimoderasi oleh profil risiko.
7. Untuk menguji pengaruh *fundraiser-related characteristic* terhadap kerelaan dalam berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi.
8. Untuk menguji pengaruh *fundraiser-related characteristic* terhadap kerelaan dalam berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi yang dimoderasi oleh tingkat religiusitas.
9. Untuk menguji pengaruh *fundraiser-related characteristic* terhadap kerelaan dalam berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi yang dimoderasi oleh profil risiko.

1.5. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat untuk berbagai pihak, yaitu;

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini berkontribusi terhadap wacana teoritis yang berhubungan dengan bagaimana model perilaku berinvestasi (berdonasi) pemberi dana (*funder*) di Indonesia kaitannya dengan *crowdfunding* berbasis donasi (*donation-based crowdfunding*).

2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini akan berkontribusi dalam ranah praktis terhadap berbagai pihak, yaitu pengambil kebijakan, penggalang dana (*fundraiser*) dan manajer situs (*platform*) *crowdfunding*.

- a. Pengambil kebijakan, sebagai input pengawasan penyelenggaraan, pengaturan dan perlindungan terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam situs (*platform*) *crowdfunding*.
- b. Penggalang dana (*fundraiser*) sebagai penyelenggaraan situs (*platform*) *crowdfunding* dalam menentukan aspek, konsep dan tutur kata yang dapat menarik pemberi dana (*funder*) dalam menginvestasikan dana-nya.
- c. Pemilik situs (*platform*) *crowdfunding* sebagai penyedia ranah yang lebih bersahabat dan mudah bagi pemberi dana (*funder*) dalam mengakses dan juga memberikan dana ke dalam proyek *crowdfunding* yang disediakan oleh penggalang dana (*fundraiser*).

