

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perkembangan dunia modern saat ini. Dalam beberapa dekade terakhir, teknologi telah memberikan dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan manusia. Negara-negara di dunia berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi baru dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas hidup manusia secara keseluruhan. Perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, baik sosial maupun ekonomi telah ditandai sejak hadirnya Revolusi industri 4.0 di abad ke-21.

Perkembangan teknologi yang pesat ini mengakibatkan perubahan mendasar dalam sistem bisnis dan industri yang pada awalnya masih mengandalkan metode konvensional, dan beralih menjadi sistem bisnis berbasis pada penggunaan teknologi informasi yang dianggap semakin dominan. Hal ini, memicu berbagai respon dari kalangan pembisnis dan masyarakat sebagai konsumen. Namun, sebagian ada yang menganggap perubahan ini sebagai ancaman dan ada sebagian juga yang melihat perkembangan teknologi ini sebagai peluang baru untuk mengembangkan usaha atau bisnis. Banyak perusahaan yang merespon dengan mengadopsi sistem *online* dalam berbisnis dengan tujuan untuk menarik konsumen dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, serta untuk mempercepat proses transaksi.

Pada saat ini, tanda dari hasil perkembangan teknologi adalah banyaknya *start-up* yang bermunculan, mereka memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menciptakan solusi inovatif dan menyediakan layanan yang memenuhi kebutuhan pasar yang berubah. Adapun, *start-up* bergerak dalam bidang transportasi, *ecommerce*, *digital payment* dan masih banyak lagi bidang yang menawarkan informasi secara *online*. Walaupun ada kemajuan teknologi, masih ada pengusaha atau pebisnis menganggap hal ini sebagai ancaman karena kesulitan untuk menggunakan atau mengakses sistem teknologi informasi tersebut. Dengan inovasi tersebut, tidak hanya meningkatkan kenyamanan bagi pengguna tetapi juga memperkenalkan efisiensi yang tinggi dalam berbagai proses bisnis. Namun, tidak dipungkiri ada juga dampak negatif yang mungkin terjadi bagi pelaku bisnis karena dapat menciptakan persaingan yang lebih ketat dan menantang. Di sinilah peran pemerintah sebagai regulator menjadi sangat penting. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan adil bagi semua pihak, baik *start-up* maupun bisnis kecil. Regulasi yang tepat dapat membantu mengelola risiko dan menciptakan aturan main yang jelas bagi semua pelaku usaha (Suryadarma & Faqih, 2024)

Lembaga keuangan tidak kalah dalam menerapkan inovasi dalam menyediakan layanan jasa keuangan yang dapat kita rasakan secara nyata saat ini. Perkembangan teknologi keuangan di Indonesia dimulai dengan hadirnya Anjungan Tunai Mandiri (ATM), mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi tanpa harus datang ke bank. Kemudian, layanan keuangan elektronik melalui internet, atau e-banking, memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi secara

online, seperti transfer dana dan pembayaran tagihan. Perkembangan ini semakin meluas dengan munculnya Gojek dan layanan pembayaran digitalnya, GoPay. Selain menjadi layanan transportasi, Gojek juga menjadi perintis *fintech* di Indonesia. Dengan GoPay, pengguna dapat melakukan pembayaran di berbagai transaksi sehari-hari, baik di toko maupun secara *online*. Inovasi-inovasi ini membantu meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan dalam mengelola keuangan bagi masyarakat (East Ventures, 2023)

Fintech (Financial Thecnology) merupakan sebuah inovasi dalam industri jasa keuangan yang menggunakan teknologi untuk menyediakan layanan finansial. Industri *fintech* di Indonesia sebenarnya telah berkembang sejak tahun 2006. Menurut artikel yang dipublikasikan oleh Indonesiabaik.id per tanggal 21 Oktober 2018, yang merupakan *platform* dibawah naungan kementerian komunikasi dan informatika menyatakan bahwa pengguna *fintech* ditahun tersebut sebesar 7% hingga pada sepuluh tahun berikutnya, bisa disebut tahun 2016 pengguna melonjak menjadi 78%. Dan pada tahun 2023 pengguna *fintech* di indonesia meningkat menjadi 81,75% (Pernando, 2023). Diikuti dengan jumlah perusahaan *fintech* yang berkembang di Indonesia, pada tahun 2006 hanya terdapat enam perusahaan maka hingga tahun 2023 jumlah perusahaan mencapai 336 perusahaan yang tergabung dalam satu komunitas *fintech* bernama Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) yang diresmikan pada tahun 2016 oleh pemerintah (Muhammad, 2023). AFTECH mewakili 80% dari semua *start up fintech* yang berlisensi di Indonesia. *Fintech* berkembang sangat pesat dengan munculnya layanan digital banking yang didirikan oleh lembaga keuangan perbankan. Di zaman sekarang, layanan seperti itu telah

memberikan kemudahan dalam mengakses keuangan perbankan sehingga dapat mudah dalam melakukan transaksi dari nasabah dengan inovasi tersebut. Tidak kalah dari digital banking, layanan keuangan perbankan juga meluncurkan inovasi mereka yaitu *internet banking* dan *mobile banking* yang memudahkan transfer uang, pembayaran dan lain-lain. Tetapi kedua inovasi tersebut masih belum maksimal karena masih banyak kendala nasabah saat melakukan transaksi di *mobile banking* ataupun *internet banking*. *Fintech* semakin banyak di Indonesia baik dalam segi keuangan maupun diluar pada segi itu. Selain itu, *Fintech* di Indonesia memiliki peran yang luas dan beragam, yaitu di bidang pembiayaan dan investasi. Antara lain seperti *peer to peer lending* (p2p Lending) dan *crowdfunding* (Sikapi OJK, 2020)

Peer to peer lending (p2p Lending) dan *Crowdfunding* mulai muncul sebagai salah satu metode pendanaan dan pemasaran yang lebih efektif digunakan oleh berbagai entitas untuk mendanai dan memasarkan ide dan produk dengan menjangkau investor dalam jumlah relatif kecil namun dalam skala yang besar (Sahaym, Datta, & Brooks, 2021). *Peer to peer lending* (p2p Lending) merupakan sebuah sistem pinjaman dana yang menghubungkan secara langsung antara pemberi pinjaman dan peminjam melalui *platform* daring. Sedangkan *Crowdfunding* merupakan proses penggalangan dana dari masyarakat umum yang bertujuan untuk menyediakan modal awal bagi usaha-usaha baru. Secara umum, ada beberapa jenis *crowdfunding*, yang meliputi *donation-based*, *equity-based*, *lending-based*, and *reward-based crowdfunding* (Hossain & Oparaocha, 2017).

Donation-based crowdfunding adalah bentuk penggalangan dana non-profit untuk kegiatan sosial. *Lending-based crowdfunding* melibatkan platform daring yang memfasilitasi pemberian kredit kepada individu atau bisnis. *Reward-based crowdfunding* memberikan imbalan berupa barang atau jasa kepada penyumbang. Penelitian ini berfokus pada *equity-based crowdfunding*, di mana investor membeli saham di perusahaan kecil dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa depan, berbeda dengan model pinjaman karena bersifat bagi hasil.

Untuk itu, pemerintah mencoba membantu pelaku usaha untuk mendapatkan kepercayaan investor dengan membuat beberapa kebijakan seperti pada tahun 2018, OJK meresmikan asosiasi baru yaitu Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia yang mewadahi layanan *peer to peer lending* (p2p lending) dan sudah memiliki anggota berizin sebanyak 101 anggota. Diikuti dengan kebijakan pemerintah mengeluarkan regulasi terkait penyelenggaraan kegiatan fintech melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI). Terkait pada layanan *crowdfunding*, maka pemerintah menerbitkan melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 37/POJK.04/2018 tentang Layanan Urun Dana Melalui Penawaran Saham Berbasis Teknologi Informasi (*Equity Crowdfunding*). Setelah dua tahun berlalu, peraturan diubah menjadi POJK Nomor 57/POJK.04/2020 tentang Penawaran efek Melalui Layanan Urun Dana Berbasis Teknologi Informasi (*Securities Crowdfunding*). Pada dasarnya, perubahan peraturan tersebut memperluas lingkup penawaran efek yang sebelumnya hanya mencakup penawaran saham (efek bersifat ekuitas), menjadi penawaran efek yang tidak terbatas, tetapi juga efek bersifat utang dan sukuk. Beberapa produk *fintech* yang saat ini

berkembang pesat di Indonesia diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Produk-produk tersebut meliputi pinjaman online (*peer-to-peer lending*), inovasi keuangan digital (IKD), dan *Crowdfunding* terkhusus berbasis ekuitas.

Dilansir dari laman CNBC Indonesia, OJK telah mencatat per Januari 2024 pertumbuhan outstanding pembiayaan p2p lending mencapai 18,4% dibandingkan dengan Desember 2023 sebesar 16,67% (Kontan.Co.Id, 2024). Diikuti pembayaran digital, Bank Indonesia mencatat pada tahun 2023 meningkat menjadi 13,48% dan diproyeksikan meningkat 9,11% pada tahun ini (Departemen Kebijakan Ekonomi dan Moneter, 2024). Dan yang terakhir penyumbang pangsa pasar dari layanan *crowdfunding* di Indonesia sebesar 10% yang artinya menjadi penyumbang pendapatan perekonomian Indonesia (Rahardyan, 2022).

Equity Crowdfunding adalah layanan *crowdfunding* berbasis teknologi informasi yang di mana Usaha Kecil Menengah (UKM), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) termasuk start-up, memperoleh modal dari banyak investor melalui *platform* daring dengan menghadirkan perubahan signifikan dalam model pembiayaan, memungkinkan akses investasi yang lebih demokratis dan alternatif untuk bisnis baru (Tiberius & Hauptmeijer, 2021). *Platform crowdfunding* umumnya adalah aplikasi *online* yang menghubungkan penggalang dana dengan para calon pendukung potensialnya, serta mengatur interaksi di antara mereka sesuai dengan syarat-syarat yang sudah ditentukan sebelumnya (Shneor dkk., 2020). Dalam beberapa kasus, *platform* bahkan dapat mengambil bagian sebagai pemberi arahan, fungsi humas media sosial, serta ke layanan pendukung lainnya yang dapat diakses melalui situs web atau aplikasi mereka oleh semua pengguna

online. Pasar *crowdfunding* berbeda dari pendanaan ventura tradisional karena melibatkan banyak individu yang memberikan kontribusi kecil melalui *platform online* yang digunakan untuk menjangkau akses sosial dan geografis, *Crowdfunding* memungkinkan penggalangan dana untuk berbagai jenis proyek, dari kreatif hingga komersial, dan sering digunakan untuk menguji minat pasar.

Selanjutnya, dana yang sudah terkumpul dari hasil kontribusi kecil dengan jumlah yang banyak oleh para investor atau masyarakat yang disebut sebagai Pemodal akan diinvestasikan kepada pelaku usaha yang juga disebut sebagai Penerbit yang akan mendapatkan pembagian hasil berupa kepemilikan saham dari usaha yang didanai. Di Indonesia, mulai banyak perusahaan (penyelenggara) yang melakukan praktik *equity crowdfunding* yang ikut ambil bagian dalam kegiatan ini, berdasarkan data dari OJK tercatat pada tahun 2019 ada 3 *platform*, yaitu Bizhare, Santara, dan Crowddana (Portal OJK, 2019). Namun, pada saat ini banyak *platform* urun dana yang sudah diberi izin oleh OJK yaitu ICX, Dana Saham, Shafiq, FundEx, Ekuid, Udana.id, LBS urun dana, Fulusme, Angel investor, Vestora, Urun-RI, dan Danamart (Rahardyan, 2022). Sesuai dengan regulasi yang berlaku yaitu POJK No.57 tahun 2020 yang diubah menjadi menjadi penawaran efek yang tidak terbatas, tetapi juga efek bersifat utang dan sukuk. Adapun persyaratan untuk mengajukan permohonan adalah badan usaha yang memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari Rp 10.000.000.000 (Sepuluh Miliar Rupiah), tanpa memperhitungkan tanah dan bangunan tempat usaha. Oleh karena itu, *Equity Crowdfunding* menjadi opsi pembiayaan yang potensial untuk pengembangan bisnis skala kecil dan menengah di Indonesia, mengingat mayoritas pelaku usaha adalah UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam struktur ekonomi di banyak negara, terkhusus negara Indonesia yang dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta upaya pemerataan ekonomi di seluruh wilayah, termasuk daerah-daerah yang terpencil. Dengan jumlah yang mencapai 99% dari total unit usaha di Indonesia, UMKM memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara, yaitu sekitar 60,5% atau sekitar Rp 8.573 Triliun setiap tahunnya. Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja, mencapai 97% dari total penyerapan tenaga kerja nasional, yang setara dengan sekitar 116 juta orang (Kadin Indonesia, 2023). Dengan demikian, pemerintah Indonesia telah mengimplementasikan sejumlah program untuk memacu pertumbuhan UMKM. Namun, dibandingkan dengan UMKM di negara-negara maju, UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, di antaranya adalah ketergantungan pada alat produksi berbasis teknologi rendah. Kendala ini timbul akibat kurangnya inovasi dalam mengembangkan produk atau layanan yang memiliki nilai tambah. Tetapi pemerintah Indonesia memberikan fasilitas dan peningkatan kemudahan dalam perizinan yang bertujuan membuka peluang bisnis yang lebih luas di Indonesia.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2016 jumlah UMKM yang tercatat adalah sebanyak 61,6 juta. Pada tahun 2017 sebanyak 62,9 juta, selanjutnya untuk tahun 2018 sebanyak 64,1 juta. Pada tahun 2019 ada sebanyak 65,4 juta (Anastasya, 2023). Menurut data dari KADIN Indonesia, pada tahun 2020 jumlah UMKM mengalami penurunan karena terimbas pandemi Covid-

19 yaitu sebanyak 64 juta. Pada tahun 2021 jumlah UMKM di Indonesia mengalami kenaikan kembali dengan banyak 65,4 juta, Sedangkan untuk tahun 2022 turun kembali yaitu sebanyak 65 juta. Tetapi data yang terkumpul dari KADIN Indonesia belum resmi atau tercatat pada Kementerian Koperasi dan UKM secara spesifik (Kadin Indonesia, 2023).

Tabel 1.1
Data Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
(UMKM)
Tahun 2000-2024 di Indonesia

Tahun	Jumlah UMKM	Pertumbuhan (%)
2000	39,784,036	0
2001	39,964,080	0.45
2002	41,944,494	4.96
2003	43,460,242	3.61
2004	44,777,387	3.03
2005	47,017,062	5
2006	49,021,803	4.26
2007	50,145,800	2.29
2008	51,409,612	2.52
2009	52,764,603	2.64
2010	53,823,732	2.01
2011	55,206,444	2.57
2012	56,534,592	2.41
2013	57,895,721	2.42
2014	59,262,772	2.32
2015	59,262,772	2.32
2016	61,651,177	4.03
2017	62,922,517	2.06
2018	64,194,057	2.02
2019	65,465,497	1.98
2020	64,000,000	-2.24
2021	65,460,592	2.28
2022	65,645,771	0.45
2023	66,000,000	2.25

(Sumber: Data yang diolah oleh peneliti)

UMKM saat ini masih menghadapi banyak tantangan untuk berkembang terutama dalam mengakses permodalan dari sektor perbankan konvensional akibat

dari prosedur dan persyaratan administratif yang dianggap kompleks, terutama untuk pinjaman dengan nominal yang terbatas. Berdasarkan Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), mencatat pada tahun 2020 ada sekitar 20 juta atau 22,4% UMKM di Indonesia yang sudah mendapatkan pembiayaan dari perbankan. Sedangkan 77,6% lagi belum mendapatkan pembiayaan baik dari perbankan maupun Lembaga non bank (Portal OJK, 2022). Bank Indonesia (BI) melaporkan penyaluran kredit perbankan kepada UMKM sebesar Rp 1.459,8 triliun pada februari 2024 (Rizaty, 2024). Akses pembiayaan/permodalan menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia dalam meningkatkan daya saingnya. Produk dari sektor UMKM Indonesia masih memiliki daya saing yang rendah jika dibandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan besar. Oleh karena itu, keberadaan industri jasa keuangan yang inovatif, seperti fintech, dianggap sebagai solusi alternatif yang potensial bagi UMKM dalam mendapatkan akses permodalan (Desy, 2023).

Sejak diberlakukannya regulasi mengenai layanan urun dana berbasis teknologi informasi (*Equity Crowdfunding*), banyak pelaku UMKM yang turut serta sebagai penerbit dalam kegiatan tersebut, sesuai dengan yang disampaikan oleh Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal OJK yaitu Bapak Hoesen dalam webinar *Securities Crowdfunding* untuk pemulihan UMKM pasca pandemi, mengatakan salah satu cara pemulihan ekonomi nasional adalah dengan meluncurkan *Securities Crowdfunding* dan usai diterbitkannya regulasi itu, jumlah partisipan mengalami peningkatan. Tercatat oleh data OJK, pada 14 april 2021, jumlah pemodal sebanyak 25.000 investor dan jumlah penerbit ECF mencapai 146 penerbit dengan jumlah

dana yang dihimpun sebanyak Rp 225 miliar (Antara News, 2021). Hingga akhir tahun 2023, tercatat ada 532 penerbit dan 166.931 pemodal serta jumlah dana yang terkumpul sebesar Rp 1.096,48 Miliar dari 16 penyelenggara ECF berizin OJK (OJK Pasar Modal, 2023). Dan pada saat ini, telah terdapat 17 penyelenggara yang telah mendapatkan izin dari OJK dengan 517 Penerbit, 170.923 pemodal, dan total dana yang dihimpun sebesar Rp1,09 triliun. Hal ini, menjadi peluang besar bagi pelaku usaha UMKM untuk terus berinovasi agar dapat meningkatkan jumlah investor yang menginvestasikan modalnya melalui layanan *Equity Crowdfunding*. (Portal OJK, 2024).

Dengan demikian, kesuksesan pendanaan merupakan hal penting dalam pengembangan sebuah usaha atau proyek, terutama dalam konteks equity crowdfunding. Pendanaan yang berhasil memberikan akses terhadap modal yang diperlukan untuk memulai atau memperluas usaha, memungkinkan perusahaan/UMKM untuk menjalankan operasionalnya dengan lebih baik dan meraih peluang pertumbuhan (Mollick, 2014). Selain itu, keberhasilan kampanye crowdfunding sering kali berfungsi sebagai indikator adanya permintaan pasar yang kuat untuk produk atau layanan yang ditawarkan, memberikan bentuk validasi awal terhadap ide bisnis tersebut. Kampanye crowdfunding juga memiliki manfaat pemasaran yang signifikan, karena tidak hanya mengumpulkan dana tetapi juga meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian media serta pelanggan potensial. Selain itu, investor yang berpartisipasi dalam crowdfunding sering kali menjadi pendukung setia dan advokat yang dapat membantu dalam pemasaran dan memberikan umpan balik berharga (Jones & Patel, 2023). Namun, penting untuk

dicatat bahwa proyek yang mendapatkan pendanaan berlebih juga menghadapi tantangan tersendiri, seperti peningkatan kompleksitas dan ekspektasi yang dapat menyebabkan keterlambatan dalam pelaksanaan proyek (Mollick, 2014).

Persentase pembagian kepemilikan saham adalah faktor faktor krusial dalam menentukan kesuksesan pendanaan dalam kampanye equity crowdfunding. Persentase pembagian saham merujuk pada bagian kepemilikan perusahaan yang ditawarkan kepada investor sebagai imbalan atas investasi mereka (Honjo & Kurihara, 2023). Menurut Ralcheva & Roosenboom (2019) persentase pembagian saham ini mempengaruhi valuasi UMKM, serta berdampak pada kontrol dan keuntungan yang akan diterima investor di masa depan. Umumnya, semakin besar persentase ekuitas yang ditawarkan, semakin besar sinyal positif yang diberikan kepada investor tentang keyakinan pendiri terhadap prospek masa depan perusahaan, karena pendiri cenderung mempertahankan lebih banyak saham jika mereka optimis terhadap potensi pertumbuhan dan kesuksesan bisnis. Sebaliknya, penawaran dengan persentase ekuitas yang kecil dapat diartikan sebagai kurangnya keyakinan pendiri terhadap prospek jangka panjang perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lukkarinen dkk (2017), Li dkk (2018), Ralcheva & Roosenboom (2019), Reichenbach & Walther (2021) dan Mazzocchi dan Lucarelli (2022) menyatakan bahwa persentase pembagian saham memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kesuksesan pendanaan proyek *equity crowdfunding*.

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual merupakan salah satu yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha yang menerbitkan kampanye usahanya di *platform*

crowdfunding. Karena dengan meluncurkan kampanye *crowdfunding* tersebut, para pelaku usaha mengungkapkan ide dan strategi bisnis mereka secara terbuka oleh publik sehingga menimbulkan risiko penyalahgunaan informasi dari pihak lain (Hsu & Ziedonis, 2013). Dengan demikian, perlindungan kekayaan intelektual perusahaan/UMKM perlu dibuat melalui hak paten. Sebagai hak untuk mengecualikan yang lain, hak paten memainkan peran yaitu untuk melindungi hukum di pasar produk/UMKM. Tidak hanya sebagai langkah untuk menjaga kekayaan intelektual, perlindungan ini juga berfungsi sebagai sinyal yang meyakinkan bagi investor tentang kemampuan inovasi perusahaan, kemampuan untuk mengklaim kepemilikan teknologi, dan keterampilan manajerial yang dimiliki (Ralcheva & Roosenboom, 2019). Temuan ini sejalan dengan Cumming dkk (2017) menyatakan bahwa perlindungan hak kekayaan intelektual memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kesuksesan pendanaan proyek *equity crowdfunding*.

Umur Usaha adalah suatu gambaran apakah perusahaan/UMKM dipandang memiliki pengalaman yang sudah mapan dan telah membuktikan pencapaiannya selama berusaha. Perusahaan/UMKM yang lebih tua biasanya memiliki lebih banyak pengalaman dalam menghadapi tantangan bisnis, membangun jaringan, dan mengembangkan produk yang dapat meningkatkan kepercayaan investor. Sebaliknya, perusahaan/UMKM yang lebih muda secara umum lebih berisiko dan menderita masalah asimetri informasi yang lebih besar, jadi usaha yang lebih muda lebih besar pula kemungkinannya untuk gagal (Ralcheva & Roosenboom, 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian Ahlers dkk (2015) dan Walthoff-Borm dkk (2018)

menyatakan bahwa umur usaha dapat menjadi faktor penting dalam menentukan kesuksesan pendanaan yang menunjukkan bahwa perusahaan/UMKM yang lebih tua cenderung lebih berhasil dalam mendapatkan dana daripada perusahaan yang lebih muda/baru.

Jumlah direktur dalam konteks kesuksesan pendanaan proyek *equity crowdfunding* mengacu pada bagaimana jumlah orang yang duduk di dewan direksi sebuah perusahaan/UMKM mempengaruhi kemungkinan perolehan dana yang berhasil melalui *platform crowdfunding* tersebut. Dewan direksi bertanggung jawab atas pengawasan dan pengambilan keputusan strategis perusahaan yang memegang peran penting dalam memastikan bahwa manajemen perusahaan beroperasi sesuai dengan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Komposisi dan jumlah dewan direksi dapat mempengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan (Colombo dkk., 2017). Penelitian ini sejalan dengan Lagazio & querci (2018) dan Colombo dkk (2015) menunjukkan bahwa jumlah direktur dapat mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap manajemen perusahaan.

Investor juga harus tahu bagaimana reputasi usaha dari UMKM. Menurut Fombrun (1996), reputasi usaha adalah hasil dari interaksi seseorang dengan produk atau layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas perusahaan dan membuat konsumen merasa lebih percaya bahwa perusahaan tersebut akan memenuhi janji-janji yang telah diberikan kepada mereka. Dengan kata lain, reputasi yang baik menciptakan kepercayaan di antara konsumen, yang pada gilirannya dapat membawa manfaat dalam hal peningkatan loyalitas dan preferensi konsumen terhadap produk atau layanan

perusahaan tersebut. Reputasi usaha memiliki dampak signifikan pada persepsi investor terkait dengan kepercayaan dan potensi keberhasilan suatu proyek *crowdfunding*. Reputasi yang baik dapat meningkatkan tingkat kepercayaan investor dan mempercepat proses pendanaan, sementara reputasi yang buruk dapat menjadi hambatan bagi kesuksesan pendanaan.

Adapun yang melatarbelakangi penelitian ini adalah adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian (*gap research*) dan kasus yang berkaitan dengan permodalan UMKM telah diuraikan menjadi dasar pengembangan latar belakang penelitian ini. Dapat dilihat bahwa sangat banyak faktor-faktor pendorong akan kesuksesan pendanaan *equity crowdfunding*, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai apakah pengaruh jumlah persentase pembagian saham, perlindungan HaKI, Umur Usaha dan Jumlah Direktur dapat memengaruhi kesuksesan pendanaan *equity crowdfunding* dan akan dimoderasi dengan variabel reputasi usaha. Penelitian ini berfokus pada studi kasus perusahaan/UMKM yang berizin usaha oleh Otoritas Jasa Keuangan yang bergerak dibidang makanan/minuman (kuliner) selama 2020-2023. Alasan peneliti untuk meneliti perusahaan/UMKM dibidang kuliner didasarkan pada pertimbangan bahwa dibidang kuliner banyak disukai oleh pelaku usaha dan banyak usaha yang sudah yang sudah mendaftarkan usahanya ke beberapa *platform crowdfunding* dengan berizin OJK yang sudah berhasil mendapatkan pendanaan. Meskipun demikian, sering juga terjadi perusahaan/UMKM yang mengalami kegagalan dalam mendapatkan dana usaha (Rahmawati dkk., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini dianggap penting untuk mendalami sejauh mana *equity crowdfunding* mampu

mendanai perusahaan/UMKM yang mengalami kekurangan modal dalam melakukan usaha/bisnis melalui *platform equity crowdfunding*. Penelitian ini merupakan adopsi dari penelitian Ralcheva dan Roosenboom (2019) dengan memodifikasi beberapa variabel yang digunakan. Data pada penelitian ini berasal dari layanan *equity crowdfunding* dari beberapa *platform equity crowdfunding*.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas serta adanya *gap research* pada penelitian terdahulu, maka judul penelitian ini adalah **“Analisis Faktor Penentu Kesuksesan Pendanaan Pada Proyek *Crowdfunding* Berbasis *Equity* dengan Reputasi Usaha Sebagai Variabel Moderating”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah pada penelitian ini, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya keterbatasan modal usaha UMKM yang masih harus diperhatikan karena masih menghadapi kendala dalam mengakses permodalan dari sektor perbankan konvensional yang disebabkan oleh prosedur dan persyaratan administratif yang rumit.
2. Kehadiran *fintech* seperti *equity crowdfunding* menjadi solusi alternatif yang potensial bagi UMKM dalam mendapatkan akses permodalan tetapi masih banyak UMKM yang masih kurang memahami dan memiliki akses terhadap layanan tersebut.
3. Reputasi usaha/UMKM bisa memberikan pengaruh pada persepsi investor terkait dengan kepercayaan dan potensi kesuksesan suatu proyek *crowdfunding*.

4. Adanya perbedaan hasil penelitian (*gap reseacrh*) pada peelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang menyebabkan kesuksesan pendanaan seperti persentase pembagian saham, perlindungan HaKI, umur usaha, jumlah direktur dan reputasi usaha.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka perlu adanya batasan masalah pada pembahasannya, sehingga penelitian ini dibatasi pada pengaruh dari faktor-faktor yaitu persentase pembagian saham, perlindungan HaKI, umur usaha dan jumlah direktur terhadap kesuksesan pendanaan *equity crowdfunding* dengan reputasi usaha sebagai variabel moderating pada *platform-platform crowdfunding* yang berizin OJK selama tahun 2020-2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah pada penelitian ini, maka masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Persentase Pembagian Saham Berpengaruh Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia?
2. Apakah Perlindungan HaKI Berpengaruh Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia?
3. Apakah Umur Usaha Berpengaruh Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia?
4. Apakah Jumlah Direktur Berpengaruh Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia?

5. Apakah Reputasi Usaha Memoderasi Pengaruh Persentase Pembagian Saham Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia?
6. Apakah Reputasi Usaha Memoderasi Pengaruh Perlindungan HaKI Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia?
7. Apakah Reputasi Usaha Memoderasi Pengaruh Umur Usaha Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia?
8. Apakah Reputasi Usaha Memoderasi Pengaruh Jumlah Direktur Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Persentase Pembagian Saham Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Perlindungan Haki Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Umur Usaha Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Jumlah Direktur Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia.

5. Untuk Mengetahui Pengaruh Persentase Pembagian Saham Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia Yang Dimoderasi Oleh Reputasi Usaha.
6. Untuk Mengetahui Pengaruh Perlindungan Haki Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia Yang Dimoderasi Oleh Reputasi Usaha.
7. Untuk Mengetahui Pengaruh Umur Usaha Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia Yang Dimoderasi Oleh Reputasi Usaha.
8. Untuk Mengetahui Pengaruh Jumlah Direktur Terhadap Kesuksesan Pendanaan UMKM Pada *Platform Equity Crowdfunding* Di Indonesia Yang Dimoderasi Oleh Reputasi Usaha.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini, peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan ilmu pengetahuan bagi aktivis akademik dibidang akuntansi. Khususnya dalam konteks *equity crowdfunding*. Selain itu, penelitian ini juga menambah referensi untuk penelitian selanjutnya dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pokok pembahasan yang sama untuk di masa yang akan datang.

2. Bagi Perusahaan/UMKM

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada pelaku usaha/UMKM yang masih terkendala dalam mengakses permodalan dalam usahanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang bermanfaat bagi UMKM dalam mengakses permodalannya dengan menggunakan sistem *equity crowdfunding* dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dibidang akuntansi, khususnya *equity crowdfunding*, serta diharapkan menjadi bahan acuan dalam mengembangkan penelitian selanjutnya terkait kesuksesan pendanaan UMKM/Perusahaan pada platform *equity crowdfunding* di Indonesia.