

## PELUANG *EQUITY CROWDFUNDING* DI INDONESIA

Aryan Eka Prastya Nugraha

Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Semarang  
Email [aryaneka@upgris.ac.id](mailto:aryaneka@upgris.ac.id)

### **Abstract**

*The purpose of this study is to find out how much opportunity for crowdfunding equity in Indonesia by looking at the phase before the emergence, the active phase and the phase after crowdfunding is running. The method used in this research is Literature review papers (LRPs). The results of research from several literature found that there are several opportunities that can be assessed from several phases of crowdfunding equity opportunities equity crowdfunding opportunities, namely the opportunities of the first phase regarding pre crowdfunding regarding the initial promotion process and continued the second phase, namely the active phase of crowdfunding, which mainly focuses on social media activities to continue to be able to gather information from investors in the form of input and advice as well as strengthen engagement between investors. The third phase is post crowdfunding which results in an opportunity to increase awareness and support of new individuals and hope to build relationships with new contacts during the process. It can be concluded that the crowdfunding equity opportunity in Indonesia is very large with government support and the investment climate which is expected to grow will further expand the opportunities.*

**Keywords:** *equity, crowdfunding, fintech*

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar peluang ekuitas crowdfunding di Indonesia dengan melihat dari fase sebelum munculnya, fase aktif dan fase setelah crowdfunding berjalan. etode yang digunakan dalam peneltiian ini yaitu *Literature review papers (LRPs)*. Hasil penelitian dari beberapa literatur mendapati bahwa ada beberapa peluang yang dapat dikaji dari beberapa fase ekuitas *crowdfunding* peluang ekuitas *crowdfunding* yaitu mengenai peluang dari fase pertama mengenai pra crowdfunding mengenai proses awal promosi dan dilanjutkan fase kedua yaitu mengenai fase aktifnya *crowdfunding* yang utamanya fokus pada aktivitas social media untuk terus dapat mengumpulkan informasi dari investor berupa masukan dan saran serta mempererat keterikatan antar investor. Fase ketiga yaitu pasca *crowdfunding* yang menghasilkan kesempatan untuk meningkatkan kesadaran dan dukungan dari individu baru dan berharap untuk membangun hubungan dengan kontak baru selama proses. Maka dapat disimpulkan bahwa peluang ekuitas *crowdfunding* di Indonesia sangat besar dengan dukungan pemerintah dan iklim investasi yang diharapkan tumbuh akan semakin memperbesar peluang.

**Kata kunci:** *ekuitas, crowdfunding, fintech*

---

Teknologi keuangan menjadi fokus di beberapa Negara selama kurang lebih 10 tahun terakhir ini. Indonesia menjadi salah satu yang sudah memulai adanya *Fintech* untuk proses transaksi keuangan yang lebih cepat dan akurat. *Fintech* merupakan penggunaan teknologi pada sistem keuangan yang digunakan untuk menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan bisnis baru. Manfaat *Fintech* bagi masyarakat dalam hal ini konsumen, pebisnis, maupun perekonomian. Salah satu hasil dari teknologi keuangan yaitu *Crowdfunding* yang dapat didefinisikan sebagai upaya pebisnis pemula atau kelompok individu untuk mendanai usaha mereka dengan menarik kontribusi kecil dari individu yang banyak melalui internet, untuk penyediaan sumber daya keuangan baik dalam bentuk donasi atau dalam pertukaran untuk produk investasi atau beberapa bentuk penghargaan untuk mendukung inisiatif untuk

tujuan tertentu. *Crowdfunding* muncul sebagai bagian dari gerakan dimana masyarakat umum, atau sekelompok orang yang diundang untuk berpartisipasi dalam proses penciptaan nilai (Parhankangas, Mason, & Landström, 2019).

Kemajuan teknologi, termasuk dalam jaringan sosial dan *platform online* yang mampu menghasilkan perubahan mendasar dalam pembiayaan kewirausahaan. Beberapa hal yang baru yaitu munculnya *crowdfunding* berbasis ekuitas yang berarti sebuah *startup* memperoleh jumlah modal yang relatif kecil dari sejumlah besar investor dalam pertukaran untuk ekuitas dalam bisnisnya (Bhatia, 2019). Pasar *crowdfunding* berbeda dari pembiayaan ventura tradisional diantaranya perbedaan tersebut terletak pada *platform online* yang dipakai agar dapat menjangkau dari segi geografis dan sosial untuk secara signifikan memperluas akses pasar baik dari sisi penawaran (investor) dan sisi permintaan (*startup*). Platform *online* yang banyak dipakai di Indonesia seperti kitabisa.com dan Kolase umumnya sudah sangat mempermudah bagi para penggunanya dan dengan jelas menunjukkan tujuan adanya platform tersebut. *Crowdfunding* ekuitas terjadi ketika sejumlah besar individu memberikan jumlah yang kecil sejumlah keuangan untuk bisnis melalui *platform online* (Brown, Mawson, & Rowe, 2018). Perusahaan yang bergerak dibidang sosial telah berevolusi dan mendapat manfaat dari suntikan ide yang berasal dari beragam teori dan penelitian. Beberapa definisi bisnis sosial muncul dari fokus pada perubahan sosial dari komunitas atau kelompok, lainnya pada aspek bisnis dan pendapatan, dan lainnya pada struktur organisasi (Cosma, Grasso, Pagliacci, & Pedrazzoli, 2019).

Sifat perusahaan yang bergerak di bidang sosial berkaitan dengan motivasi investor dan pendukung *crowdfunding*. Dari perspektif investor biasanya tidak memperhatikan banyak rencana bisnis, lebih berkonsentrasi pada ide-ide dan nilai-nilai inti perusahaan, dan dengan demikian dapat dikatakan bahwa *crowdfunding* dapat dijadikan jawaban untuk kebutuhan pembiayaan bisnis dibidang sosial. Khususnya, investor *crowdfunding* mendapatkan beberapa utilitas tambahan dan lebih menghargai perasaan menjadi bagian dari kelompok individu yang berkontribusi pada keberadaan produk. Motivasi untuk berpartisipasi dalam kampanye *crowdfunding* diantaranya untuk mendukung program pendiri, untuk mendapatkan reward dan memperkuat koneksi di jejaring sosial. Dari perspektif pemrakarsa, menyoroti bahwa sifat-sifat kepribadian pemrakarsa mempengaruhi keputusan untuk membiayai proyek-proyek sosial melalui *crowdfunding*, terutama sifat kepribadian nurani bahwa mengacu pada tanggung jawab dan keandalan.

Munculnya ekuitas *crowdfunded (ECF)* perusahaan menimbulkan tantangan sistem tata kelola, yang membutuhkan pemikiran dan terobosan baru tentang pendekatan untuk menyusun hubungan di antara para pelaku yang berbeda yang biasanya memiliki insentif dan waktu yang berbeda. Selain itu, ekuitas *crowdfunding* melibatkan masalah tata kelola yang baru dan berbasis digital. Masalah tata kelola adalah hal baru dalam arti bahwa perusahaan kecil biasanya tidak memiliki banyak investor. Masalah tata kelola lebih menonjol karena perusahaan wirausaha kecil sering tidak memiliki manajemen,

investor ritel menjadi *crowdfunding*. Dengan demikian, ada kebutuhan untuk lebih memahami mekanisme tata kelola yang berbeda yang dapat digunakan oleh berbagai pelaku untuk memastikan partisipasi yang efektif dalam ekuitas *crowdfunding* dan memastikan keberhasilan perusahaan ECF. (Cumming, Vanacker, & Zahra, 2017).

Wallmeroth, (2019) menjelaskan bahwa *crowdfunding* saat ini mengisi kesenjangan ekuitas yang tumbuh di sektor teknologi dan melakukan diversifikasi ke ceruk seperti bisnis real estat, musik, seni, di mana kesenjangan ekuitas tidak secara eksplisit ada, namun diisi oleh *crowdfunding* dikombinasikan dengan suku bunga rendah, dua bentuk *crowdfunding* yang paling sukses yaitu berbasis utang dan *crowdfunding* berbasis ekuitas yang saat ini tumbuh dengan cepat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar peluang ekuitas *crowdfunding* di Indonesia dengan melihat dari fase sebelum munculnya, fase aktif dan fase setelah *crowdfunding* berjalan.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Literature review papers (LRPs)* yang umum bagi para peneliti untuk mendapatkan gambaran terkini dan terstruktur dari literatur di bidang tertentu, dan mampu menambah nilai (Wee & Banister, 2016). Beberapa literatur relevan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mayoritas dari database terindeks *Scopus*, *World of Science* dan *google scholar* mengenai ekuitas *crowdfunding*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dari beberapa literatur mendapati bahwa ada beberapa peluang yang dapat dikaji dari beberapa fase ekuitas *crowdfunding*. Kuti, Bedő, & Geiszl, (2017) merumuskan beberapa korelasi berikut dalam hal *crowdfunding* dan efisiensi. *Platform crowdfunding* berbasis ekuitas harus secara simultan memastikan bahwa pengusaha dapat secara tepat meningkatkan modal, dan bahwa investor dapat mengakses peluang investasi. Beberapa fase yang dijelaskan oleh Brown, Mawson, & Rowe, (2018b) mengenai *crowdfunding* diantaranya *Pra-crowdfunding* dimana beberapa hal yang kuat dan lemah dalam mempromosikan *crowdfunding*. Seringkali keputusan untuk menggunakan ekuitas *crowdfunding* adalah karena kurangnya pengetahuan dan hubungan dengan pemberi dana lain seperti perbankan. Namun, alasan untuk menggunakan *crowdfunding* sering kali lebih dari sekadar akses dana, namun lebih kepada kecepatan dalam kebutuhan untuk mengakses modal dan informasi.

Akses keuangan merupakan hal yang kritis, mayoritas mengambil waktu untuk mempertimbangkan *crowdfunding* ekuitas sebagai opsi pendanaan. Ada beberapa aktivitas sebelum fase *crowdfunding* diantaranya pemilihan *platform*, menguji kelayakan, valuasi perusahaan, model kampanye.

Sedangkan fase aktif dalam *crowdfunding* merupakan fase kedua dimana ada beberapa kegiatan yang meliputi yaitu respon peluncuran setelah pra *crowdfunding*, merespon masukan dari investor, fokus pada aktivitas di sosial media, membangun momentum kampanye, dan membuat gambaran

mengenai investor. Sifat interaksi dan keterlibatan jaringan sangat berbeda antara fase pra *crowdfunding* dan aktif. Selama fase “aktif” *crowdfunding*, jaringan bisnis menjadi pusat perhatian. Melalui platform *crowdfunding*, rekomendasi dari beberapa pengusaha lain yang telah meningkatkan ekuitas *crowdfunding*, serta informasi langsung ke masyarakat yang lebih luas. Hubungan jaringan bisnis yang ini dianggap penting untuk memungkinkan media berhasil mencapai target pendanaan.

Media sosial banyak digunakan, tidak hanya untuk terlibat dengan investor potensial, tetapi juga untuk membantu membangun momentum untuk kampanye, yang diakui memiliki efek penting pada perilaku investor.

Fase ketiga yaitu setelah *crowdfunding* dimana bukan masalah keberhasilan dalam pengumpulan dana namun lebih daripada itu. Meskipun keuangan adalah pendorong motivasi utama bagi beberapa pengusaha, sebagian besar pengusaha melihat ekuitas *crowdfunding* sebagai kesempatan untuk meningkatkan kesadaran dan dukungan dari individu baru dan berharap untuk membangun hubungan dengan kontak baru selama proses. Faktor seperti sosial media, interaksi dengan pemegang saham, keterlibatan pengguna akhir dan umpan balik adalah semua manfaat terkait jaringan yang tidak berwujud yang diterima oleh perusahaan dari jenis pendanaan ini. Investor dalam *crowdfunding* sering menjadi sangat vokal dan proaktif dalam keterlibatan mereka dengan perusahaan ini. Kleinert & Volkmann, (2019) mengungkapkan bahwa investor memulai diskusi tentang penilaian terutama untuk mengungkapkan keprihatinan kritis tentang penilaian perusahaan yang tinggi. Penilaian menentukan berapa yang mereka keluarkan untuk berinvestasi di perusahaan. Risiko dalam pelaksanaan yang terkait dengan kesulitan pelaksanaan atau implementasi suatu produk atau layanan serta tantangan yang mungkin timbul dengan pelaksanaan strategi bisnis dan model bisnis.

Mamonov & Malaga, (2019) menjelaskan bahwa risiko agensi dapat juga timbul dari asimetri informasi antara pengusaha dan investor potensial. Pengusaha tahu lebih banyak tentang prospek usaha dan usaha mereka tantangan potensial daripada investor. Schwienbacher, (2019) menjelaskan bahwa pada akhirnya, untuk ekuitas *crowdfunding* menjadi sumber pendanaan kewirausahaan yang mampu bertahan dalam jangka panjang, serta menghasilkan beberapa kemampuan nilai tambah ekonomis yang berbeda. Namun, pendanaan ekuitas *crowdfunding* dianggap memiliki potensi untuk menawarkan manfaat ekonomi dan sosial lainnya. Salah satunya adalah untuk mendemokratisasi akses ke keuangan bagi pengusaha dan akses bagi investor kecil ke bentuk kelas aset baru. menemukan bahwa *crowdfunding* telah berkontribusi pada demokratisasi tersebut. Indonesia sendiri memiliki peluang yang cukup besar dengan melihat banyaknya para calon investor muda dan baru serta didukung oleh berkembangnya bisnis digital dan UMKM konvensional. Tentunya semua akan berjalan dengan baik apabila kebijakan pemerintah Indonesia mendukung potensi ini.

Vismara, (2019) menjelaskan bahwa ada beberapa hal yang dapat menjadi perhatian untuk proses kampanye ekuitas *crowdfunding* dalam jangka Panjang yaitu dengan memperhatikan deskripsi

website, model kampanye yang dibangun, misi, produk dan jasa dan target pasar. Seluruh aspek itu dapat dijadikan acuan agar penyelenggara *crowdfunding* dapat mempertahankan model kampanyenya secara berkelanjutan. Ada beberapa manfaat tambahan dari ekuitas *crowdfunding* yaitu yang pertama yaitu tentunya pengetahuan dan keahlian mengenai pengelolaan keuangan jangka panjang yang bertambah dan fungsi strategis. Sedangkan bagi investor yaitu dapat menumbuhkan pengalaman personal serta menjalin keterikatan antar investor (Wald, Holmesland, & Efrat, 2019).

## **KESIMPULAN**

Beberapa hal yang dihasilkan dari penelitian mengenai peluang ekuitas *crowdfunding* yaitu mengenai peluang dari fase pertama mengenai pra *crowdfunding* mengenai proses awal promosi dan dilanjutkan fase kedua yaitu mengenai fase aktifnya *crowdfunding* yang utamanya focus pada aktivitas social media untuk terus dapat mengumpulkan informasi dari investor berupa masukan dan saran serta mempererat keterikatan antar investor. Fase ketiga yaitu pasca *crowdfunding* yang menghasilkan kesempatan untuk meningkatkan kesadaran dan dukungan dari individu baru dan berharap untuk membangun hubungan dengan kontak baru selama proses. Peluang ekuitas *crowdfunding* di Indonesia sangat besar dengan dukungan pemerintah dan iklim investasi yang diharapkan tumbuh akan semakin memperbesar peluang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bhatia, A. (2019). Elites Vs Masses : Expanding Entrepreneurial Finance Through Equity Crowdfunding.
- Brown, R., Mawson, S., & Rowe, A. (2019). Start-Ups, Entrepreneurial Networks And Equity Crowdfunding: A Processual Perspective. *Industrial Marketing Management*, 80, 115–125. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.02.003>
- Cosma, S., Grasso, A. G., Pagliacci, F., & Pedrazzoli, A. (2019). *Is Equity Crowdfunding A Good Tool For Social Enterprises? Socially Responsible Investments*. Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-05014-6\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-030-05014-6_8)
- Cumming, D. J., Vanacker, T., & Zahra, S. A. (2017). Equity Crowdfunding And Governance : Toward An Toward An Integrative Model And Research Agenda Douglas J . Cumming Florida Atlantic University Tom Vanacker Ghent University And University Of Exeter Tomr.Vanacker@Ugent.Be Shaker A . Zahra University Of Min. *Academy Of Management Perspectives*.
- Kleinert, S., & Volkmann, C. (2019). Equity Crowdfunding And The Role Of Investor Discussion Boards. *Venture Capital An International Journal Of Entrepreneurial Finance*, 00(00), 1–26. <https://doi.org/10.1080/13691066.2019.1569853>
- Kuti, M., Bedő, Z., & Geiszl, D. (2017). Equity-Based Crowdfunding \*. *Financial And Economic Review*, 16(4), 187–200.
- Mamonov, S., & Malaga, R. (2019). Success Factors In Title Ii Equity Crowdfunding In The United States. *Venture Capital*, 21(2–3), 223–241. <https://doi.org/10.1080/13691066.2018.1468471>
- Parhankangas, A., Mason, C., & Landström, H. (2019). 1. Crowdfunding: An Introduction, 1–21.

- Schwienbacher, A. (2019). Equity Crowdfunding: Anything To Celebrate? *Venture Capital*, 21(1), 65–74. <https://doi.org/10.1080/13691066.2018.1559010>
- Vismara, S. (2019). Sustainability In Equity Crowdfunding. *Technological Forecasting And Social Change*, 141(May), 98–106. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.014>
- Wald, A., Holmesland, M., & Efrat, K. (2019). It Is Not All About Money: Obtaining Additional Benefits Through Equity Crowdfunding. *Journal Of Entrepreneurship*, 28(2), 270–294. <https://doi.org/10.1177/0971355719851899>
- Wallmeroth, J. (2019). Investor Behavior In Equity Crowdfunding. *Venture Capital*, 21(2–3), 273–300. <https://doi.org/10.1080/13691066.2018.1457475>
- Wee, B. Van, & Banister, D. (2016). How To Write A Literature Review Paper? *Transport Reviews*, 36(2), 278–288. <https://doi.org/10.1080/01441647.2015.1065456>