

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat dan dinamis mendorong industri jasa keuangan untuk selalu berinovasi. Salah satu inovasi dan terobosan yang sangat signifikan bagi industri jasa keuangan adalah lahirnya layanan keuangan berbasis teknologi informasi yang biasa disebut dengan *financial technology* atau fintech. Produk fintech biasanya berupa sistem yang dibangun guna menjalankan mekanisme transaksi keuangan yang spesifik (ojk.go.id, 2019). Sasaran pengguna fintech tidak hanya untuk individu saja, melainkan juga untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

UMKM sendiri sebagai badan usaha memegang peranan penting perekonomian Indonesia. Wujud kontribusi UMKM dalam membangun perekonomian nasional adalah meningkatkan nilai indikator ekonomi makro, baik itu dari sisi tenaga kerja, Pendapatan Domestik Bruto (PDB), nilai investasi, maupun total ekspor Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2018 UMKM memberikan kontribusi sebesar 97% dalam penyerapan tenaga kerja, 61.07% untuk PDB nasional, menyumbangkan 60.42% dari total investasi, dan 14% dari total ekspor.

Dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan kondisi perekonomian nasional ini, pemerintah menyusun banyak program untuk mendorong tumbuh kembang UMKM di Indonesia. Salah satu programnya yaitu terkait dengan kemudahan dalam kesempatan membuka usaha, pemerintah memberikan fasilitas

dan kemudahan perizinan agar terciptanya dunia bisnis yang semakin luas di Indonesia. *Output* dari program ini adalah meningkatnya jumlah pelaku UMKM secara konsisten dari waktu ke waktu. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2016 jumlah UMKM adalah sebanyak 61,6 juta. Sedangkan pada tahun 2018 jumlah UMKM ini mencapai 64,2 juta, yang artinya mengalami peningkatan sebesar 4,12% selama dua tahun.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia

JUMLAH USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA
TAHUN 2016 - 2018

INDIKATOR	TAHUN 2016	TAHUN 2017	TAHUN 2018	PERKEMBANGAN TAHUN 2016 - 2018	
				Jumlah	%
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	61,651,177	62,922,617	64,194,057	2,542,880	4.12
* Usaha Mikro (UMi)	60,863,578	62,106,900	63,350,222	2,486,644	4.09
* Usaha Kecil (UK)	731,047	75,709	783,132	52,085	7.12
* Usaha Menengah (UM)	56,551	58,627	60,702	4,151	7.34

Sumber: Data UMKM Kementerian Koperasi dan UKM, <http://www.depkop.go.id/data-umkm>

Meskipun UMKM terbukti memiliki peran penting pada perekonomian nasional, usaha ini masih memiliki banyak tantangan untuk berkembang. Salah satu tantangannya yaitu di bidang permodalan. Biasanya, modal menjadi persoalan yang paling krusial di antara hambatan-hambatan lainnya (Ashar, 2011). Bagi UMKM, sumber pembiayaan modal konvensional yang berasal dari perbankan dinilai memiliki prosedur dan syarat administrasi yang rumit untuk nominal yang terbatas. Oleh karena itu, adanya industri jasa keuangan yang selalu berinovasi untuk memberikan alternatif pembiayaan bagi UMKM akan sangat bermanfaat, salah satunya melalui layanan fintech.

Fintech atau *financial technology* merupakan sektor baru dalam industri keuangan yang menggabungkan keseluruhan teknologi dalam penggunaannya untuk

memfasilitasi perdagangan, bisnis perusahaan, dan layanan yang diberikan kepada konsumen (Alimirucchi, 2017). Pada dasarnya, fintech tidak hanya berfungsi di bidang *payment*, tetapi juga di bidang investasi dan pembiayaan. Jenis pembiayaan yang disediakan antara lain pembiayaan untuk donasi (*donation crowdfunding*), penghargaan (*reward crowdfunding*), pinjaman (*lending crowdfunding*), dan pembiayaan modal (*equity crowdfunding*) (Vulkan et al., 2016). Untuk UMKM sendiri, jenis pembiayaan modal atau *equity crowdfunding* merupakan jenis fintech yang sangat cocok dalam rangka mengembangkan bisnisnya.

Equity crowdfunding adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bentuk penggalangan dana suatu proyek dengan menawarkan sahamnya melalui internet (Mamonov & Malaga, 2019). Di Indonesia, model pembiayaan *equity crowdfunding* mulai berkembang beberapa tahun belakangan ini. Sehingga, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan regulasi khusus untuk *equity crowdfunding* atau yang lebih dikenal dengan nama layanan urun dana dalam POJK No.57/POJK.04/2020 tentang penawaran efek melalui layanan urun dana berbasis teknologi informasi yang merupakan peraturan pengganti POJK No. 37 Tahun 2018. Peraturan ini mengatur *platform*, investor, UMKM, hingga besaran uang yang boleh dikumpulkan dari penawaran saham yang dilakukan (Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia, 2018). Hingga akhir tahun 2019, layanan urun dana yang resmi mendapat izin dari OJK berjumlah 3 *platform*, yaitu Santara, Bizhare, dan Crowddana.

Tabel 1.2 Daftar *Platform Equity Crowdfunding* yang Mendapat Izin OJK

No	Nama Platform	Website	Nama Perusahaan	Surat Tanda Berizin	Tanggal
1.	Santara	www.santara.co.id	PT Santara Daya Inspiratama	KEP-59/D.04/2019	6 September 2019
2.	Bizhare	www.bizhare.id	PT Investasi Digital Nusantara	KEP-71/D.04/2019	6 November 2019
3.	Crowddana	www.crowddana.id	PT Crowddana Teknologi Indonusa	KEP-93/D.04/2019	31 Desember 2019

Sumber : Website OJK, <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Daftar-Platform-Equity-Crowdfunding-yang-Telah-Mendapatkan-Izin-dari-OJK-Per-31-Desember-2019.aspx>

Pada *platform equity crowdfunding* ini, terdapat berbagai macam investor yang berpartisipasi dalam memodali suatu usaha. Meskipun investor dengan dana yang besar diharapkan untuk berinvestasi, tetapi tidak dipungkiri bahwa pendanaan juga banyak berasal dari investor yang memiliki dana yang relatif kecil. Bahkan, menurut Ahlers et al. (2015), target utama perusahaan yang terdaftar di *platform equity crowdfunding* justru adalah investor kecil, karena biasanya mereka tidak memiliki kemampuan untuk meneliti dan menilai investasi potensial secara ekstensif. Untuk itu, perusahaan harus dapat mengakomodasi faktor-faktor yang mampu menarik semua jenis investor.

Salah satu cara untuk menarik investor adalah dengan memberikan informasi atau sinyal tentang kualitas usaha dan tingkat ketidakpastian. Menurut Baum dan Silverman (2004), kualitas usaha dinilai dari tiga aspek yaitu *human capital*, *alliance capital*, dan *intellectual capital*, sedangkan ketidakpastian dinilai dari informasi keuangan dan non keuangan. Jika semua jenis informasi yang ditampilkan sesuai dengan karakteristik yang dicari investor, maka berkemungkinan besar investor akan mempertimbangkan untuk memberikan modal pada proyek tersebut.

Untuk itu, Ahlers et al. (2015) mendeskripsikan beberapa faktor yang mungkin memengaruhi kesuksesan pendanaan di layanan *equity crowdfunding*. Studi ini merupakan studi empiris pertama kali pada *platform equity crowdfunding* terbesar di Australia, yaitu *Australian Small Scale Offerings Board* (ASSOB) dengan mengangkat *signaling theory*. Ditambah lagi, Adiputro pada tahun 2016 melakukan penelitian dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi investor untuk berinvestasi melalui *platform equity crowdfunding* di Eropa. Selain itu, penelitian serupa juga dilakukan oleh Xue dan Sun (2016) pada *platform equity crowdfunding* di China yang menghasilkan kesimpulan bahwa informasi masa depan memengaruhi kepercayaan investor dan kualitas proyek menjadi kekuatan pendorongnya.

Akan tetapi, riset tentang *equity crowdfunding* di Indonesia masih belum banyak ditemukan. Umumnya, riset yang telah ada pun hanya ditinjau melalui perspektif hukum, seperti penelitian yang dilakukan oleh Irawati (2018) tentang tinjauan yuridis pemanfaatan *equity crowdfunding* dan Suriyadi (2020) tentang perlindungan hukum pengguna layanan urun dana. Hal ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian *equity crowdfunding* dari sudut pandang ekonomi, yaitu mengenai pengaruh kualitas usaha dan tingkat ketidakpastian terhadap keberhasilan penggalangan dana UMKM pada layanan *equity crowdfunding*. Penelitian ini merupakan adopsi dari penelitian Ahlers et al. (2015) dengan memodifikasi pada proksi yang berbeda untuk masing-masing variabel yang digunakan. Data pada penelitian ini berasal dari layanan *equity crowdfunding* pertama yang mendapat izin dari OJK, yaitu Santara.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, penelitian ini akan menjawab beberapa pertanyaan berikut :

1. Apakah pengaruh pengalaman bisnis pengelola UMKM terhadap keberhasilan penggalangan dana UMKM pada layanan *equity crowdfunding*?
2. Apakah pengaruh jenis klien UMKM terhadap keberhasilan penggalangan dana UMKM pada layanan *equity crowdfunding*?
3. Apakah pengaruh umur usaha terhadap keberhasilan penggalangan dana UMKM pada layanan *equity crowdfunding*?
4. Apakah pengaruh *dividend payout ratio* terhadap keberhasilan penggalangan dana UMKM pada layanan *equity crowdfunding*?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, dapat ditentukan tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh pengalaman bisnis pengelola UMKM terhadap keberhasilan penggalangan dana UMKM pada layanan *equity crowdfunding*.
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh jenis klien terhadap keberhasilan penggalangan dana UMKM pada layanan *equity crowdfunding*.
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh umur usaha terhadap keberhasilan penggalangan dana UMKM pada layanan *equity crowdfunding*.

4. Untuk mengetahui apakah pengaruh *dividend payout ratio* terhadap keberhasilan penggalangan dana UMKM pada layanan *equity crowdfunding*.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan aspek teoritis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan baru di bidang *equity crowdfunding*, serta diharapkan dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya terkait keberhasilan penggalangan dana UMKM pada layanan *equity crowdfunding* di Indonesia.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pendanaan pada sebuah usaha yang ada di layanan *equity crowdfunding*.
- b. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang hal-hal yang memengaruhi sebuah keputusan investor, sehingga dapat mempertimbangkan untuk menampilkan informasi-informasi apa saja yang mampu menarik investor.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan pada penelitian ini.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori yang menjadi referensi serta mencantumkan penelitian terdahulu, kerangka konseptual penelitian, dan pengembangan hipotesis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian dan pengukuran variabel, serta metode analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pembahasan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan data dan informasi yang dikumpulkan, serta berisi tentang jawaban dari hipotesis yang dikembangkan.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian, implikasi, dan saran bagi peneliti selanjutnya.