

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kumpulan perusahaan atau institusi dan lembaga pendukungnya yang berusaha di bidang jasa keuangan disebut dengan Industri Jasa Keuangan (IJK). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengategorikan industri jasa keuangan menjadi tiga, antara lain industri perbankan, industri pasar modal dan industri keuangan non bank yang terdiri dari Perasuransian, Dana Pensiun, Perusahaan Pembiayaan dan Pegadaian (Otoritas Jasa Keuangan, 2014).

Adanya kemajuan teknologi digital yang dikombinasikan dengan industri keuangan telah menciptakan industri baru yang disebut dengan industri *fintech*. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, *fintech* didefinisikan sebagai sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi. Umumnya, sistem yang dibangun untuk mengoperasikan mekanisme transaksi keuangan yang spesifik merupakan produk *fintech*.

Lee dan Shin (2018) mengidentifikasikan *fintech* menjadi 6 jenis berdasarkan model bisnisnya, antara lain, *payment*, *wealth management*, *crowdfunding*, *lending*, *capital market*, dan jasa asuransi. *Crowdfunding* dibagi menjadi 4 kategori utama yaitu *donation-based*, *reward based*, *lending* dan *equity crowdfunding* (Grassi & Fantaccini, 2022).

Di Indonesia, *equity crowdfunding* atau *crowdfunding* berbasis ekuitas dinaungi oleh Asosiasi Layanan Urus Dana Indonesia (ALUDI) yang berdiri pada tahun 2020. *Fintech crowdfunding* yang menjadi anggota ALUDI per November 2022 terdiri dari 33 *fintech crowdfunding* dengan rincian 11 *fintech* terverifikasi dan berizin OJK dan 22 *fintech* terverifikasi. *Fintech* terverifikasi dan berizin OJK mempunyai 2 jenis yaitu 9 *fintech* konvensional dan 2 *fintech* syariah. *Fintech* konvensional merupakan *fintech* yang menjalankan sistem operasionalnya

berdasarkan aturan nasional. Berbeda dengan *fintech* syariah yang menjalankan sistem operasionalnya menggunakan akad perjanjian sesuai dengan prinsip Islam.

*Fintech* konvensional yang telah berizin OJK antara lain PT. Investasi Digital Nusantara (Bizhare), PT. Crowddana Teknologi Indonusa (Crowddana), PT. Dana Saham Bersama (Danasaham), PT. Likuid Jaya Pratama (Ekuid), PT Fintek Andalan Solusi Teknologi (Fulusme), PT. Dana Investasi Bersama (Fundex), PT. Numex Teknologi Indonesia (LandX), PT Santara Daya Inspiratama (santara), dan PT. Dana Rintis Indonesia (Udana).

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Teknologi digital mengalami perkembangan yang semakin cepat seiring dengan perkembangan zaman. Yuldinawati et al. (2018) menyebutkan bahwa kemajuan teknologi telah menjadi prioritas di negara-negara berkembang. Kemajuan teknologi digital di berbagai aspek kehidupan disebut juga transformasi digital. Salah satu aspek yang mengalami transformasi digital yaitu sektor perekonomian. Lonjakan penggunaan ekonomi digital merupakan contoh terjadinya akselerasi dalam transformasi digital. Firli dan Fanesa (2022) mengemukakan bahwa adanya perkembangan teknologi yang pesat tersebut memungkinkan orang untuk bertransaksi hanya melalui gadget. Ekonomi digital mendukung tumbuhnya ekonomi yang inklusif. Proses digitalisasi ekonomi telah memberikan harapan akan pemulihan ekonomi pasca-pandemi (Sugiarto, 2021).

Seiring dengan akselerasi dan perubahan perilaku masyarakat ke arah ekonomi digital, salah satu potensi besar pada sektor keuangan adalah kemunculan *financial technology (fintech)*. Rahadian et al., (2023) menjelaskan bahwa *fintech* merupakan titik temu antara keuangan dan teknologi. Kehadiran *fintech* di tanah air memang masih tergolong baru, ditandai dengan pembentukan Asosiasi *Fintech* Indonesia pada tahun 2015. Peningkatan peran *fintech* terjadi selama masa pandemi, terbukti dari meningkatnya penggunaan *e-wallet* dan *e-money* sebagai media pembayaran berbagai transaksi seperti transportasi, pembelian makanan atau bahkan untuk melakukan investasi. Firli dan Fathiya (2022) menyebutkan bahwa kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi telah berubah dengan adanya inovasi

teknologi tersebut. Salah satu inovasi teknologi *e-wallet* yang mengalami peningkatan signifikan ialah DANA. Pada semester pertama 2022, transaksi harian DANA mengalami peningkatan 70 persen dibandingkan akhir tahun 2021 (Mayasari, 2022).

Mayasari (2021) mengemukakan bahwa *fintech* mampu memperluas jangkauan layanan keuangan yang terkendala berbagai faktor pembatasan ataupun geografis. Kini *fintech* sudah dapat mengeluarkan produk-produk keuangan yang dulu hanya dapat dikeluarkan oleh lembaga keuangan perbankan. Pesatnya pertumbuhan industri *fintech* memberikan solusi untuk kebutuhan masyarakat Indonesia sesuai dengan gaya hidupnya (Santoso et al., 2021).

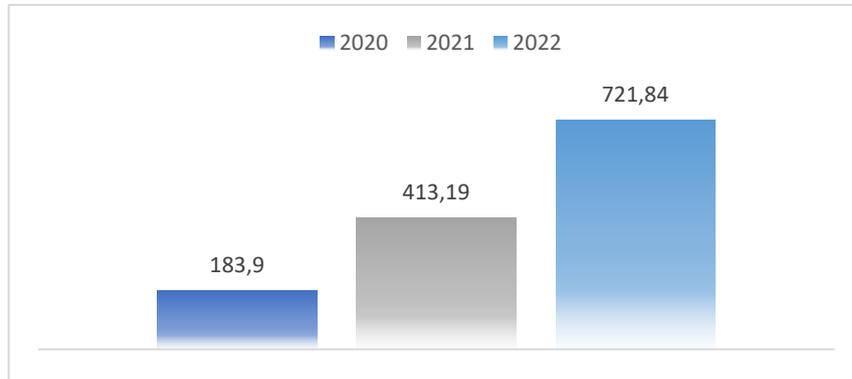
Menurut Otoritas Jasa Keuangan, terdapat 5 jenis *fintech* antara lain, *crowdfunding*, *microfinancing*, *P2P Lending Service*, *Market Comparison* dan *Digital Payment System* (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Sedangkan Knewtson dan Rosenbaum (2020) mengkategorikan *fintech* menjadi 4 jenis yaitu *Monetary Alternatives*, *Capital Intermediation*, *InvestTech* dan *Infrastructure*.

*Monetary Alternative* terdiri dari *fintech* yang menyediakan jasa yang berkaitan dengan uang dan pembayaran. *Capital Intermediation* terdiri dari bank digital, *Insurtechs* dan *LendTechs*. *InvestTech* terdiri dari *algorithmic trading*, *financial intelligence*, aplikasi investment serta *crowdfunding*. Sedangkan *Infrastructure* meliputi *CreditTechs*, *Financial API Tech* dan *Financial RegTechs*.

*Fintech* yang berada pada kategori *InvestTech* merupakan *fintech* yang berkaitan dengan ekuitas. *InvestTech* terlibat dalam penilaian ekuitas, penerbitan ekuitas, perencanaan portofolio dan juga layanan konsultasi terkait dengan perencanaan keuangan.

*Crowdfunding* atau urun dana merupakan salah satu model *fintech* yang semakin populer di Indonesia. *Fintech* jenis ini menggalang dana secara beramai-ramai melalui *platform* digital dengan berbagai tujuan, mulai dari kemanusiaan, pendidikan hingga usaha di sektor ekonomi. *Crowdfunding* menawarkan platform P2P untuk pendanaan gabungan sebagai ekuitas, berbeda dengan *LendTech* yang berupa pinjaman. *Crowdfunding* berupaya menghasilkan pendapatan dari biaya

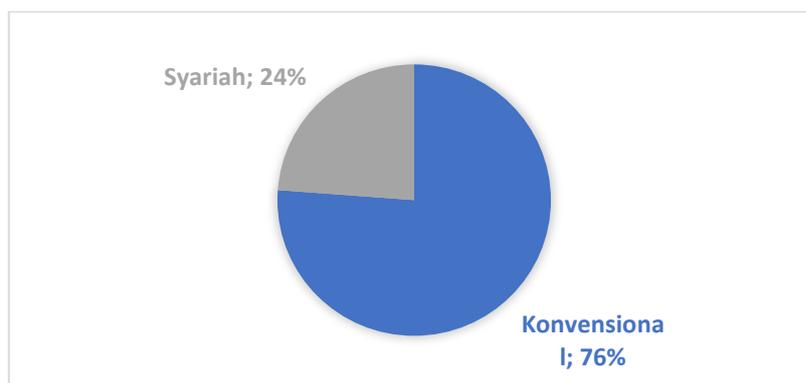
transaksi yang terkait dengan platform. *Crowdfunding* merupakan *fintech* yang menciptakan pasar yang sebelumnya tidak ada (Knewton & Rosenbaum, 2020).



**Gambar 1.1 Dana yang dihimpun Fintech *Crowdfunding* secara Nasional (Miliar)**

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2023*

Perkembangan signifikan *crowdfunding* di Indonesia tercermin dari total dana yang dihimpun sejak pertama kali diluncurkan. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2020, secara nasional *crowdfunding* dapat menghimpun Rp 184,90 miliar. Sedangkan selama tahun 2021, dana yang telah dihimpun mengalami peningkatan signifikan menjadi Rp 413,19 miliar. Total dana yang dihimpun selama tahun 2022 meningkat hingga mencapai Rp 721,84 miliar (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

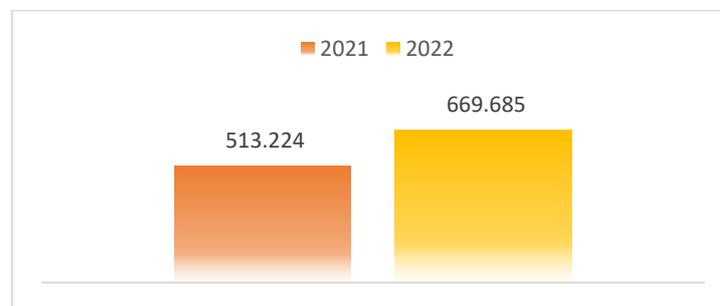


**Gambar 1.2 Perbandingan Dana yang Dihimpun Fintech Konvensional dan Syariah selama Tahun 2022 (Persen)**

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2023*

Berdasarkan Gambar 1.2, dapat dijelaskan bahwa dana yang dihimpun oleh *crowdfunding* yang menjalankan sistem operasionalnya berdasarkan aturan negara atau konvensional selama tahun 2022 sebesar 76 persen dari total dana yang dihimpun untuk pembiayaan UMKM. Hal tersebut menandakan *fintech crowdfunding* konvensional masih menjadi sumber pembiayaan yang lebih besar dibandingkan dengan *fintech syariah* yang menjalankan sistem operasionalnya berdasarkan akad perjanjian sesuai prinsip syariah (Suheriadi, 2023).

Mollick (2014) mengemukakan bahwa *crowdfunding* telah menjadi sumber baru yang lazim untuk pembiayaan usaha baru, terutama untuk perusahaan pada tahap awal seperti *start-up*, usaha kreatif dan sosial. Sudiana et al. (2020) mengemukakan bahwa perusahaan *start-up* diharapkan menjadi salah satu kunci penting dalam pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut menunjukkan *crowdfunding* menjadi salah satu pendukung adanya pertumbuhan ekonomi. Pendapat tersebut serupa dengan Hua et al., (2019) yang mengungkapkan bahwa pada area inovasi teknologi, *crowdfunding* kini telah menjadi sumber keuangan yang semakin umum digunakan untuk wirausahawan yang sedang berinovasi. Penerapan *fintech* dalam praktik keuangan inklusif telah meningkatkan kesejahteraan sosial dan juga pertumbuhan ekonomi suatu negara telah umum terjadi di banyak negara, seperti India, China dan sebagainya. Dalam memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memerlukan adanya peran dan partisipasi dari *fintech crowdfunding* sebagai platform ekuitas yang mampu membantu pemberdayaan UMKM (Santia, 2022).



**Gambar 1.3 Pemodal Terdaftar *Fintech Crowdfunding***

*Sumber: Asosiasi Layanan Urun Dana Indonesia, 2022*

Gambar 1.3 menunjukkan adanya peningkatan pemodal terdaftar di *fintech crowdfunding* secara kumulatif sebesar 30,5 persen sepanjang tahun 2022 berjumlah 669.685 pemodal daripada akhir tahun 2021 yang berjumlah 513.224 pemodal. Hal tersebut merupakan bukti adanya peningkatan popularitas dari penggunaan *fintech crowdfunding*. Asosiasi Layanan Urun Dana (ALUDI) menyebutkan bahwa potensi industri urun dana atau investasi *crowdfunding* di Indonesia cukup besar (Aulivia, 2022).

Namun Rahardyan (2022) mengungkapkan bahwa jika berkaca pada perkembangan P2P Lending, *crowdfunding* masih tertinggal. Hal tersebut tercerminkan pada jumlah *fintech* P2P Lending yang berizin OJK sebanyak 102 perusahaan per 22 April 2022, meningkat signifikan sejak tahun 2019 yang hanya berjumlah 25 *fintech* berizin OJK.

Untuk menarik para pendatang baru *fintech crowdfunding*, diperlukan pengetahuan yang lebih banyak terkait dengan *fintech crowdfunding* serta model bisnisnya. Muadzan dan Nugroho (2021) mengemukakan perlunya model bisnis yang tepat agar perusahaan tetap bertahan dan bahkan berkembang. Penelitian Nadir et al (2020) menjabarkan bahwa kurangnya model bisnis yang tepat dapat menyebabkan *crowdfunding* tidak jelas dan tidak efektif.

Wirtz et al., (2016) menyimpulkan bahwa model bisnis harus menggambarkan aktivitas yang relevan dari perusahaan, bagaimana model bisnis menciptakan *value-added*, dan bagaimana penciptaan *value-added* tersebut berkembang. Model bisnis yang banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan saat ini adalah *business model canvas* yang terdiri dari sembilan elemen, antara lain Segmentasi Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan, Arus Pendapatan, Sumber Daya Utama, Aktivitas Kunci, Kemitraan Kunci, Struktur Biaya (Carter & Carter, 2020).

Segmen pelanggan atau *customer segments* memetakan pelanggan utama dari perusahaan mencakup kebutuhan, profil demografis dan juga perilaku pelanggan. Proposisi nilai atau *value proposition* menjelaskan nilai unik yang ditawarkan pelanggan dan alasan pelanggan memilih produk atau layanan perusahaan dibandingkan dengan kompetitor. Saluran atau *channel*



menggambarkan jenis hubungan yang dijalin perusahaan dengan pelanggan dan cara perusahaan mengembangkan serta mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Arus Pendapatan atau *revenue stream* memetakan asal pendapatan perusahaan dan cara menghasilkannya. Sumber daya utama atau *key resources* menjelaskan aset penting yang diperlukan perusahaan termasuk sumber daya fisik, manusia, intelektual dan juga finansial. Kegiatan utama atau *key activities* menjelaskan kegiatan yang dilakukan perusahaan termasuk proses inti dan pengoperasian bisnis. Kemitraan utama atau *key partnership* menyebutkan mitra dan pemasok utama perusahaan dan jenis kemitraan yang diperlukan. Struktur biaya atau *cost structure* memetakan biaya yang dihadapi perusahaan dan struktur biaya terkait kegiatan serta sumber daya perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2010).

*Business model canvas* sering diterapkan untuk menggambarkan model bisnis perusahaan karena fleksibilitas *business model canvas* dalam penerapannya pada berbagai jenis bisnis dan industri. *Business model canvas* juga mudah disesuaikan untuk berbagai konteks mulai dari perusahaan rintisan hingga perusahaan besar (Gassmann et al., 2014).

Untuk memetakan elemen yang saling berkaitan satu sama lain dalam model bisnis, Westerlund et al. (2014) mengajukan kerangka model bisnis yang disebut dengan *value design model*. *Value design model* terdiri dari empat elemen antara lain *Value Driver*, *Value Nodes*, *Value Exchange* dan *Value Extract*. Kerangka model bisnis ini tidak hanya digunakan untuk menjelaskan masing-masing elemen tetapi juga menjelaskan bagaimana keterkaitannya dari bisnis yang berbasis digital. *Value design model* digunakan dalam penelitian ini karena *framework* model bisnis ini dapat memberikan *framework* yang komprehensif untuk inovasi dan strategi bisnis yang berkelanjutan.

*Value driver* merupakan semua faktor utama yang mempengaruhi kemampuan perusahaan menciptakan, mengelola dan juga menyampaikan nilai kepada pelanggan. *Value nodes* terdiri dari komponen yang membantu mengidentifikasi, menciptakan dan mengelola nilai yang akan disampaikan kepada pelanggan. *Value exchange* memastikan bahwa proses pertukaran nilai antara perusahaan dan pelanggan terjadi secara efektif dan mempunyai manfaat bagi

kedua belah pihak. *Value extract* mencakup cara perusahaan mengoptimalkan hasil dari *value exchange* untuk mendukung tujuan strategisnya atau *value drivernya* (Westerlund et al., 2014).

Hua et al., (2019) menyebutkan bukti-bukti akademis *fintech* masih terbatas. Masih terbatasnya penelitian-penelitian yang ada, membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang model bisnis *fintech crowdfunding* dan juga aspek-aspek model bisnis yang menjadi kekuatan dari *fintech crowdfunding*.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “**Model Bisnis Fintech Equity Crowdfunding**”. Penelitian ini mendeskripsikan model bisnis *fintech crowdfunding* konvensional di Indonesia dan aspek-aspek model bisnis yang menjadi kekuatannya.

### 1.3 Perumusan Masalah

Untuk mendukung pertumbuhan pertumbuhan perekonomian, *fintech equity crowdfunding* yang menjadi sumber pendanaan bagi para wirausahawan merupakan peran penting yang sangat diperlukan. Namun, berdasarkan data yang diperoleh dari Otoritas Jasa Keuangan dan Asosiasi Layanan Urun Dana, *crowdfunding* yang telah terdaftar dan berizin masih sangatlah terbatas dibandingkan dengan jenis *fintech-fintech* lain.

Selain itu, masih adanya keterbatasan penelitian akademis berkaitan dengan *fintech equity crowdfunding* menyebabkan model bisnis dan aspek yang menjadi kekuatan dari *fintech equity crowdfunding* belum banyak diketahui. Berdasarkan fenomena yang terjadi pada *fintech equity crowdfunding* di Indonesia, penulis bermaksud melakukan penelitian mengenai model bisnis *fintech equity crowdfunding* dan aspek-aspek model bisnis yang menjadi kekuatan *fintech equity crowdfunding* di Indonesia.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian penulis adalah berikut:

1. Bagaimana model bisnis *fintech equity crowdfunding* di Indonesia menggunakan *business model canvas* dan *value design model*?

2. Aspek-aspek model bisnis menggunakan *business model canvas* dan *value design model* apakah yang menjadi kekuatan *fintech equity crowdfunding* di Indonesia?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah dan pertanyaan penelitian yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui model bisnis *fintech equity crowdfunding* menggunakan *business model canvas* dan *value design model* di Indonesia.
2. Untuk mengetahui aspek-aspek model bisnis menggunakan *business model canvas* dan *value design model* yang menjadi kekuatan *fintech equity crowdfunding* di Indonesia.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Kegunaan teoritis yang ingin dicapai dari pengembangan pengetahuan dari penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai informasi masukan, bahan kajian dan acuan ilmiah untuk mengembangkan penelitian mendatang mengenai bisnis model *fintech crowdfunding* dan aspek-aspek yang menjadi kekuatannya.

##### **1.5.2 Aspek Praktis**

Kegunaan praktis yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah dapat memberi informasi bagi pihak manajemen perusahaan *fintech crowdfunding* dan *stakeholder* lainnya terkait model bisnis yang efektif.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang memuat informasi mengenai hal yang akan dibahas dalam tiap-tiap bab. Sistematika penelitian ini secara garis besar adalah sebagai berikut :

## BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menguraikan gambaran tentang kenapa objek dipilih dan alasan pemilihan penelitian, latar belakang yang menjadi perhatian peneliti, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan secara ringkas dan jelas landasan teori mengenai model bisnis dan *fintech crowdfunding*.

Bab ini juga menguraikan penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian ini, pengembangan kerangka pemikiran yang membahas rangkaian pola pikir untuk menggambarkan masalah penelitian, serta ruang lingkup penelitian yang menjelaskan dengan rinci batasan dan cakupan penelitian.

## BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian

## BAB 4 HASIL PENELITIAN

Bab ini memaparkan analisis penelitian model bisnis *fintech crowdfunding* dan membahas hasil penelitian tersebut secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini disajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian, yang disajikan dalam bentuk kesimpulan penelitian dan saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk pengembangan penelitian mendatang.