



## Peran *Crowdfunding* Sebagai Inklusi Keuangan di Era Digital terhadap Pelaku Usaha

Aulia Dila Agustina<sup>1\*</sup>, Yadila Fany Asroff<sup>2</sup>, Aan Saputra<sup>3</sup>, Sentot Imam Wahjono<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia

Email: [auliadila057@gmail.com](mailto:auliadila057@gmail.com)<sup>1</sup>, [laladilafa@gmail.com](mailto:laladilafa@gmail.com)<sup>2</sup>, [aansaput1904@gmail.com](mailto:aansaput1904@gmail.com)<sup>3</sup>,

[sentotimamwahjono@um-surabaya.ac.id](mailto:sentotimamwahjono@um-surabaya.ac.id)<sup>4</sup>

\*Penulis Korespondensi: [auliadila057@gmail.com](mailto:auliadila057@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstract:** *Crowdfunding is a method of collective fundraising through a digital platform involving a large number of individuals to support a project, business, or social activity. Over time, Crowdfunding has become a technology-based financial innovation (fintech) that provides alternative funding outside of traditional financial institutions such as banks. This study aims to understand the concept of Crowdfunding, its types, and its role in supporting the growth of the creative economy and micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The method used is a literature study by examining various relevant scientific sources. The results of the study indicate that Crowdfunding is divided into several models: donation-based, reward-based, lending-based, and Equity-based Crowdfunding. Each model has different characteristics and objectives according to funding needs. Crowdfunding has been proven to increase access to capital for entrepreneurs experiencing limitations in conventional financing, while strengthening community participation in digital economic activities. Furthermore, Crowdfunding also plays a role in building social engagement, expanding market networks, and increasing transparency in fund management. However, several challenges remain, such as the risk of fraud, a lack of strict regulations, and low digital literacy among the public. Therefore, strengthening regulations and educating the public is necessary to ensure optimal and sustainable development of Crowdfunding in Indonesia as a vital instrument in the modern digital economic ecosystem.*

**Keywords:** *Crowdfunding; Digital Economy; Entrepreneurs; Fintech; MSMEs*

**Abstrak.** *Crowdfunding* merupakan metode penggalangan dana yang dilakukan secara kolektif melalui platform digital dengan melibatkan sejumlah besar individu untuk mendukung suatu proyek, usaha, atau kegiatan sosial. Dalam perkembangannya, *Crowdfunding* menjadi salah satu inovasi keuangan berbasis teknologi (*fintech*) yang memberikan alternatif pendanaan di luar lembaga keuangan tradisional seperti bank. Penelitian ini bertujuan untuk memahami konsep *Crowdfunding*, jenis-jenisnya, serta peranannya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan menelaah berbagai sumber ilmiah yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa *Crowdfunding* terbagi menjadi beberapa model, yaitu *donation-based*, *reward-based*, *lending-based*, dan *Equity-based Crowdfunding*. Masing-masing model memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan pendanaan. *Crowdfunding* terbukti mampu meningkatkan akses modal bagi pelaku usaha yang mengalami keterbatasan pembiayaan konvensional, sekaligus memperkuat partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi digital. Selain itu, *Crowdfunding* juga berperan dalam membangun keterlibatan sosial, memperluas jaringan pasar, serta meningkatkan transparansi dalam pengelolaan dana. Namun demikian, terdapat beberapa tantangan seperti risiko penipuan, kurangnya regulasi yang ketat, dan rendahnya literasi digital masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi serta edukasi kepada masyarakat agar *Crowdfunding* dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan di Indonesia sebagai salah satu instrumen penting dalam ekosistem ekonomi digital modern.

**Kata Kunci:** *Ekonomi Digital; Fintech; Penggalangan Dana; Pengusaha; UMKM*

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor keuangan dan pembiayaan (Mutiara et al., 2024). Salah satu inovasi yang muncul sebagai respons terhadap keterbatasan akses pendanaan konvensional adalah *Crowdfunding*. *Crowdfunding* merupakan metode pengumpulan dana dari sejumlah besar individu melalui platform daring untuk mendukung berbagai tujuan, seperti

bisnis, proyek kreatif, inovasi, hingga kegiatan sosial. Kehadiran *Crowdfunding* tidak hanya memberikan alternatif pembiayaan, tetapi juga menciptakan ekosistem ekonomi digital yang lebih inklusif dan partisipatif.

Dalam beberapa tahun terakhir, *Crowdfunding* berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan teknologi finansial (*fintech*). Menurut Deng et al. (2022), *Crowdfunding* telah menjadi fenomena *global* yang menarik perhatian akademisi dan praktisi karena faktor-faktor yang menentukan keberhasilan penggalangan dana sangat kompleks dan melibatkan berbagai aspek, seperti kualitas proyek, kepercayaan investor, serta strategi komunikasi yang digunakan oleh penggalang dana. Hal ini menunjukkan bahwa *Crowdfunding* bukan sekadar mekanisme pengumpulan dana, tetapi juga sebuah sistem yang mengintegrasikan aspek sosial, ekonomi, dan teknologi.

Lebih lanjut, Hoque (2024) menjelaskan bahwa *Crowdfunding* memiliki peran penting dalam mendorong inovasi, khususnya bagi pelaku usaha yang menghadapi kendala dalam memperoleh pembiayaan dari lembaga keuangan tradisional. *Crowdfunding* memungkinkan para inovator untuk menguji ide mereka di pasar sekaligus mendapatkan dukungan finansial secara langsung dari masyarakat. Dengan demikian, *Crowdfunding* tidak hanya berfungsi sebagai sumber dana, tetapi juga sebagai alat validasi pasar yang efektif.

Salah satu bentuk *Crowdfunding* yang mengalami perkembangan signifikan adalah *Equity Crowdfunding*, yaitu model di mana investor memperoleh kepemilikan saham sebagai imbalan atas investasi mereka. Buttice dan Vismara (2022) menyebutkan bahwa *Equity Crowdfunding* berperan dalam mendorong inklusi keuangan digital dengan membuka peluang investasi bagi masyarakat luas yang sebelumnya terbatas pada investor institusional. Selain itu, Estrin et al. (2022) menekankan pentingnya informasi dalam proses *Crowdfunding*, baik informasi “*soft*” seperti narasi dan reputasi, maupun informasi “*hard*” seperti data keuangan, yang keduanya memengaruhi keputusan investor.

Di sisi lain, *Crowdfunding* juga memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM) serta ekspansi ke pasar internasional. Troise et al. (2023) mengungkapkan bahwa platform *Crowdfunding* dapat membantu UKM dalam memperluas jaringan, meningkatkan visibilitas *global*, dan memperoleh akses ke pasar internasional melalui dukungan komunitas *global*. Hal ini menunjukkan bahwa *Crowdfunding* tidak hanya berdampak pada aspek finansial, tetapi juga pada strategi bisnis dan pengembangan pasar.

Selain itu, aspek sosial juga menjadi bagian penting dalam *Crowdfunding*. Cai et al. (2021) menyoroti bahwa modal sosial, seperti kepercayaan dan jaringan sosial, memiliki peran krusial dalam keberhasilan kampanye *Crowdfunding*. Wahjono et al. (2021) juga

menambahkan bahwa kinerja *Crowdfunding* dipengaruhi oleh niat dan motivasi kreator, yang mencerminkan sejauh mana mereka mampu menarik perhatian dan kepercayaan calon pendukung. Dalam konteks krisis, seperti yang dijelaskan oleh Farhoud et al. (2021), *Crowdfunding* bahkan menjadi solusi alternatif bagi perusahaan sosial untuk tetap bertahan dan mendapatkan dukungan di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu.

Meskipun memiliki banyak keunggulan, *Crowdfunding* juga menghadapi berbagai tantangan, seperti risiko penipuan, kurangnya regulasi yang memadai, serta rendahnya literasi keuangan digital di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang komprehensif mengenai konsep, mekanisme, serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan *Crowdfunding*. Dengan demikian, *Crowdfunding* dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai salah satu instrumen penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### **Konsep dan Definisi *Crowdfunding***

*Crowdfunding* merupakan suatu mekanisme penggalangan dana yang melibatkan kontribusi dari banyak individu melalui platform digital untuk mendukung proyek, usaha, atau kegiatan tertentu. Konsep ini berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan interaksi langsung antara penggalang dana dan investor atau donatur tanpa melalui perantara lembaga keuangan tradisional. Menurut Deng et al. (2022), *Crowdfunding* tidak hanya sekadar metode pendanaan alternatif, tetapi juga sebuah sistem yang kompleks yang melibatkan faktor sosial, ekonomi, dan teknologi dalam menentukan keberhasilan suatu kampanye.

Dalam konteks inovasi, *Crowdfunding* menjadi sarana penting bagi individu maupun organisasi untuk memperoleh pendanaan sekaligus menguji kelayakan ide di pasar. Hoque (2024) menyatakan bahwa *Crowdfunding* berfungsi sebagai jembatan antara inovator dan masyarakat luas, sehingga memungkinkan terciptanya ekosistem inovasi yang lebih inklusif dan terbuka. Hal ini menjadikan *Crowdfunding* sebagai instrumen strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis kreativitas dan teknologi.

### **Jenis-Jenis *Crowdfunding***

*Crowdfunding* dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis berdasarkan bentuk imbalan yang diberikan kepada para pendukung. Secara umum, terdapat empat jenis utama, yaitu *donation-based*, *reward-based*, *lending-based*, dan *Equity-based Crowdfunding*. *Donation-based Crowdfunding* biasanya digunakan untuk kegiatan sosial atau kemanusiaan

tanpa adanya imbalan finansial. Sementara itu, *reward-based Crowdfunding* memberikan imbalan berupa produk atau jasa kepada pendukung.

*Equity Crowdfunding* merupakan salah satu bentuk yang paling berkembang, di mana investor memperoleh kepemilikan saham sebagai imbalan atas dana yang diberikan. Buttice dan Vismara (2022) menjelaskan bahwa *Equity Crowdfunding* berperan penting dalam memperluas akses investasi kepada masyarakat luas, sehingga mendukung inklusi keuangan digital. Selain itu, *lending-based Crowdfunding* atau *peer-to-peer lending* memungkinkan individu untuk memberikan pinjaman dengan imbal hasil tertentu. Keberagaman jenis *Crowdfunding* ini menunjukkan fleksibilitas model pendanaan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan proyek maupun preferensi investor, sehingga meningkatkan daya tarik *Crowdfunding* sebagai alternatif pembiayaan.

### **Determinan Keberhasilan *Crowdfunding***

Keberhasilan *Crowdfunding* dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait. Deng et al. (2022) mengemukakan bahwa faktor-faktor tersebut meliputi kualitas proyek, strategi komunikasi, reputasi penggalang dana, serta tingkat kepercayaan yang dibangun dengan calon investor. Selain itu, presentasi proyek yang menarik dan transparansi informasi juga menjadi faktor kunci dalam menarik minat pendukung.

Estrin et al. (2022) menambahkan bahwa informasi dalam *Crowdfunding* dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu informasi “*soft*” seperti cerita, visi, dan reputasi, serta informasi “*hard*” seperti data keuangan dan kinerja bisnis. Kedua jenis informasi ini memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan investor, di mana kombinasi yang tepat antara keduanya dapat meningkatkan peluang keberhasilan kampanye. Wahjono et al. (2021) juga menekankan pentingnya niat dan motivasi kreator dalam menentukan kinerja *Crowdfunding*. Kreator yang mampu menunjukkan komitmen, kejelasan tujuan, serta kemampuan komunikasi yang baik cenderung lebih berhasil dalam menarik dukungan dari masyarakat.

### **Peran *Crowdfunding* dalam Inovasi dan UMKM**

*Crowdfunding* memiliki peran signifikan dalam mendukung inovasi dan perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hoque (2024) menyebutkan bahwa *Crowdfunding* memungkinkan pelaku usaha untuk memperoleh pendanaan tanpa harus memenuhi persyaratan ketat yang biasanya diterapkan oleh lembaga keuangan tradisional. Hal ini membuka peluang bagi pelaku usaha yang sebelumnya sulit mengakses sumber pembiayaan formal.

Selain itu, *Crowdfunding* juga berfungsi sebagai alat validasi pasar, di mana keberhasilan suatu kampanye dapat menjadi indikator bahwa produk atau layanan yang ditawarkan memiliki

potensi diterima oleh pasar. Dengan demikian, *Crowdfunding* tidak hanya memberikan manfaat finansial, tetapi juga informasi berharga bagi pengembangan bisnis. Troise et al. (2023) menambahkan bahwa *Crowdfunding* dapat membantu UMKM dalam melakukan internasionalisasi dengan memanfaatkan jaringan *global* yang terbentuk melalui platform digital. Hal ini memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di tingkat internasional.

### **Peran Modal Sosial dalam *Crowdfunding***

Modal sosial merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan *Crowdfunding*. Cai et al. (2021) menjelaskan bahwa kepercayaan, jaringan sosial, dan interaksi antara penggalang dana dan pendukung memiliki peran signifikan dalam membangun kredibilitas kampanye. Semakin kuat jaringan sosial yang dimiliki oleh penggalang dana, semakin besar peluang keberhasilan *Crowdfunding*. Modal sosial juga berfungsi sebagai mekanisme pengurangan risiko bagi investor, karena hubungan sosial dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam penggunaan dana. Oleh karena itu, penggalang dana perlu membangun hubungan yang baik dengan komunitas serta memanfaatkan media sosial secara efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

### ***Crowdfunding* dalam Konteks Krisis**

Dalam situasi krisis, *Crowdfunding* menjadi salah satu solusi alternatif untuk memperoleh pendanaan. Farhoud et al. (2021) mengungkapkan bahwa selama masa krisis, seperti pandemi atau kondisi ekonomi yang tidak stabil, *Crowdfunding* dapat membantu perusahaan sosial dan organisasi non-profit untuk tetap bertahan. Hal ini disebabkan oleh fleksibilitas dan kecepatan *Crowdfunding* dalam menggali dana dibandingkan dengan metode pendanaan konvensional. Selain itu, *Crowdfunding* juga memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi secara langsung dalam membantu pihak-pihak yang terdampak krisis. Dengan demikian, *Crowdfunding* tidak hanya memiliki fungsi ekonomi, tetapi juga fungsi sosial yang penting dalam membangun solidaritas dan ketahanan masyarakat.

### **Tantangan dan Prospek *Crowdfunding***

Meskipun memiliki banyak manfaat, *Crowdfunding* juga menghadapi berbagai tantangan. Beberapa di antaranya adalah risiko penipuan, kurangnya regulasi yang memadai, serta rendahnya literasi keuangan digital di masyarakat. Selain itu, persaingan yang semakin ketat di antara kampanye *Crowdfunding* juga menjadi tantangan tersendiri bagi penggalang dana.

Namun demikian, prospek *Crowdfunding* ke depan masih sangat menjanjikan. Dengan dukungan regulasi yang tepat, peningkatan literasi digital, serta perkembangan teknologi,

*Crowdfunding* berpotensi menjadi salah satu pilar utama dalam sistem keuangan digital. Integrasi dengan teknologi lain, seperti blockchain dan kecerdasan buatan, juga dapat meningkatkan transparansi dan efisiensi *Crowdfunding* di masa depan. Adanya tinjauan pustaka ini menunjukkan bahwa *Crowdfunding* merupakan fenomena yang kompleks dan multidimensional, yang tidak hanya berperan sebagai alternatif pembiayaan, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam mendorong inovasi, inklusi keuangan, dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*) untuk mengkaji secara mendalam konsep, karakteristik, serta perkembangan *Crowdfunding* sebagai salah satu inovasi dalam sistem keuangan digital. Metode studi pustaka dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengumpulan, analisis, dan sintesis berbagai sumber literatur yang relevan, baik berupa jurnal ilmiah, buku akademik, laporan penelitian, maupun publikasi resmi lainnya yang berkaitan dengan *Crowdfunding*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai teori, model, serta temuan empiris yang telah dikembangkan oleh para peneliti sebelumnya.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran database jurnal internasional dan nasional, seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan SpringerLink, dengan menggunakan kata kunci seperti “*Crowdfunding*”, “*financial technology*”, “*Equity Crowdfunding*”, serta “*Crowdfunding success factors*”. Sumber-sumber yang dipilih merupakan literatur yang memiliki kredibilitas tinggi dan relevansi dengan topik penelitian, khususnya yang diterbitkan dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir guna memastikan kebaruan informasi. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif-kualitatif, yaitu dengan mengelompokkan informasi berdasarkan tema-tema tertentu, seperti jenis-jenis *Crowdfunding*, faktor keberhasilan, peran dalam inovasi dan UMKM, serta tantangan yang dihadapi dalam implementasinya.

Dalam tahap analisis, peneliti melakukan interpretasi terhadap berbagai temuan penelitian sebelumnya untuk menemukan pola, hubungan, serta kesenjangan penelitian (*research gap*) yang dapat menjadi dasar dalam memahami fenomena *Crowdfunding* secara lebih mendalam. Selain itu, dilakukan pula proses komparasi antar literatur untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan pandangan para ahli terkait *Crowdfunding*. Hasil analisis kemudian disusun secara sistematis dan naratif guna menghasilkan pembahasan yang utuh dan terstruktur.

Dengan menggunakan metode studi pustaka, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai *Crowdfunding*, baik dari segi konsep teoritis maupun implementasi praktisnya. Metode ini juga memungkinkan peneliti untuk mengembangkan kerangka pemikiran yang kuat berdasarkan landasan teori yang telah ada, sehingga dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian mengenai *Crowdfunding* di era ekonomi digital.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### **Perkembangan dan Keberhasilan *Crowdfunding* di Era Digital terhadap Pelaku Usaha**

*Crowdfunding* mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital dan meningkatnya penetrasi internet di berbagai negara, termasuk Indonesia. Menurut Wahjono (2022), *Crowdfunding* di Indonesia mulai berkembang sebagai alternatif pembiayaan yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, terutama pelaku usaha kecil dan kreator yang kesulitan mengakses sumber pendanaan konvensional. Transformasi digital telah memungkinkan proses penggalangan dana menjadi lebih cepat, transparan, dan efisien.

Secara *global*, perkembangan *Crowdfunding* juga didorong oleh meningkatnya kebutuhan akan sumber pembiayaan yang fleksibel dan inklusif. Hoque (2024) menyatakan bahwa *Crowdfunding* telah menjadi instrumen penting dalam mendukung inovasi, karena mampu menghubungkan ide-ide kreatif dengan komunitas *global* yang siap memberikan dukungan finansial. Hal ini menunjukkan bahwa *Crowdfunding* tidak hanya berkembang sebagai alat pendanaan, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem ekonomi digital yang lebih luas.

Keputusan pelaku usaha untuk menggunakan *Crowdfunding* dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi internal maupun eksternal. Junge et al. (2022) menjelaskan bahwa salah satu alasan utama pengusaha memilih *Crowdfunding* adalah kemudahan akses terhadap modal tanpa persyaratan yang ketat seperti pada lembaga keuangan tradisional. Selain itu, *Crowdfunding* juga memberikan kesempatan untuk membangun hubungan langsung dengan konsumen sekaligus menguji respon pasar terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.

Dari perspektif strategis, *Crowdfunding* juga digunakan sebagai sarana pemasaran dan branding. Kampanye *Crowdfunding* yang sukses dapat meningkatkan visibilitas suatu produk dan memperluas jaringan bisnis. Troise et al. (2023) menambahkan bahwa *Crowdfunding* dapat membantu usaha kecil dan menengah (UKM) dalam memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat internasional, sehingga memberikan nilai tambah yang tidak hanya bersifat finansial

tetapi juga strategis. Keberhasilan *Crowdfunding* sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Deng et al. (2022) mengemukakan bahwa faktor-faktor utama meliputi kualitas proyek, kepercayaan investor, serta strategi komunikasi yang efektif. Kampanye yang disusun dengan baik, transparan, dan memiliki nilai unik cenderung lebih berhasil dalam menarik perhatian calon pendukung.

Selain itu, Estrin et al. (2022) menyoroti pentingnya kombinasi antara informasi “*soft*” dan “*hard*” dalam memengaruhi keputusan investor. Informasi “*soft*” seperti cerita, visi, dan reputasi kreator mampu membangun kepercayaan emosional, sementara informasi “*hard*” seperti data keuangan memberikan dasar rasional bagi investor. Wahjono et al. (2021) juga menegaskan bahwa niat dan komitmen kreator menjadi faktor penting dalam menentukan kinerja *Crowdfunding*, karena hal tersebut mencerminkan keseriusan dan kredibilitas penggalang dana.

### ***Crowdfunding* Sebagai Instrumen Inklusi Keuangan Dalam Inovasi Dan Keberlanjutan**

*Crowdfunding* berperan penting dalam meningkatkan inklusi keuangan dengan memberikan akses pembiayaan kepada individu dan kelompok yang sebelumnya tidak terjangkau oleh sistem keuangan formal. Buttice dan Vismara (2022) menjelaskan bahwa *Equity Crowdfunding* membuka peluang bagi masyarakat luas untuk berinvestasi dalam bisnis rintisan, sehingga memperluas partisipasi publik dalam kegiatan ekonomi. Lebih lanjut, Cumming et al. (2021) menekankan bahwa *Crowdfunding* memiliki potensi untuk mendemokratisasi pembiayaan kewirausahaan dengan mengurangi ketergantungan pada investor institusional. Dengan demikian, *Crowdfunding* tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi masyarakat sebagai investor yang dapat memperoleh peluang investasi baru.

*Crowdfunding* memiliki kontribusi signifikan dalam mendukung inovasi dan keberlanjutan. Dinh et al. (2024) menyatakan bahwa *Crowdfunding* berbasis keberlanjutan (*sustainability-oriented Crowdfunding*) semakin berkembang, terutama dalam mendukung proyek-proyek yang berfokus pada lingkungan dan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa *Crowdfunding* tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan. Selain itu, Cumming et al. (2024) menyoroti pentingnya integrasi aspek *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dalam platform *Crowdfunding*. Dengan adanya perhatian terhadap aspek ESG, *Crowdfunding* dapat menjadi alat yang efektif untuk mendorong pembangunan berkelanjutan dan investasi yang bertanggung jawab.

## **Peran dan Tantangan Modal Sosial dan Jaringan dalam *Crowdfunding***

Modal sosial merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan *Crowdfunding*. Cai et al. (2021) menjelaskan bahwa jaringan sosial, kepercayaan, dan interaksi antara kreator dan pendukung memiliki peran penting dalam membangun kredibilitas kampanye. Semakin luas jaringan yang dimiliki oleh kreator, semakin besar peluang untuk mendapatkan dukungan finansial. Selain itu, hubungan yang kuat dengan komunitas juga dapat meningkatkan loyalitas pendukung dan mendorong partisipasi yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, *Crowdfunding* tidak hanya berfungsi sebagai alat pendanaan, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun komunitas yang solid di sekitar suatu proyek atau ide.

Meskipun memiliki banyak keunggulan, *Crowdfunding* juga menghadapi berbagai risiko dan tantangan. Salah satu risiko utama adalah potensi penipuan atau fraud. Cumming et al. (2023) mengidentifikasi fenomena "*fraudfunding*", yaitu praktik penipuan dalam *Crowdfunding* yang dapat merugikan investor dan merusak kepercayaan terhadap platform. Oleh karena itu, diperlukan regulasi dan mekanisme pengawasan yang lebih ketat untuk melindungi para pemangku kepentingan. Selain itu, Coakley dan Lazos (2021) menyoroti adanya tantangan dalam perkembangan *Equity Crowdfunding*, seperti ketidakpastian regulasi dan risiko investasi yang tinggi. Kurangnya literasi keuangan juga menjadi hambatan bagi masyarakat dalam memahami risiko dan peluang yang ditawarkan oleh *Crowdfunding*.

Dalam kondisi krisis, *Crowdfunding* menjadi salah satu solusi alternatif yang efektif untuk mengatasi keterbatasan pendanaan. Farhoud et al. (2021) menunjukkan bahwa *Crowdfunding* dapat membantu perusahaan sosial dan organisasi non-profit untuk bertahan dalam situasi darurat, seperti krisis ekonomi atau pandemi. Fleksibilitas dan kecepatan dalam penggalangan dana menjadikan *Crowdfunding* sebagai pilihan yang relevan dalam situasi tersebut. Selain itu, *Crowdfunding* juga memperkuat solidaritas sosial dengan memungkinkan masyarakat untuk berkontribusi secara langsung dalam membantu pihak yang membutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa *Crowdfunding* memiliki peran yang tidak hanya ekonomis, tetapi juga sosial dan kemanusiaan.

Berdasarkan berbagai kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa *Crowdfunding* merupakan fenomena multidimensional yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan teknologi. *Crowdfunding* tidak hanya berfungsi sebagai alternatif pembiayaan, tetapi juga sebagai alat untuk mendorong inovasi, meningkatkan inklusi keuangan, serta membangun komunitas yang kuat. Namun demikian, keberhasilan *Crowdfunding* sangat bergantung pada berbagai faktor, seperti kualitas proyek, kepercayaan, jaringan sosial, serta dukungan regulasi. Oleh karena itu, pengembangan *Crowdfunding* di masa depan memerlukan kolaborasi antara pemerintah,

platform, pelaku usaha, dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem yang sehat, transparan, dan berkelanjutan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa *Crowdfunding* merupakan inovasi penting dalam sistem keuangan digital yang menawarkan alternatif pembiayaan yang lebih inklusif, fleksibel, dan partisipatif dibandingkan dengan metode konvensional. Perkembangan *Crowdfunding* yang pesat didorong oleh kemajuan teknologi serta meningkatnya kebutuhan akan akses pendanaan yang lebih terbuka, khususnya bagi pelaku usaha kecil, kreator, dan inovator. *Crowdfunding* tidak hanya berfungsi sebagai sarana penggalangan dana, tetapi juga sebagai alat strategis untuk menguji ide, membangun hubungan dengan konsumen, serta memperluas jaringan pasar hingga ke tingkat *global*. Keberhasilan *Crowdfunding* dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas proyek, transparansi informasi, kombinasi antara aspek emosional dan rasional dalam penyampaian informasi, serta kekuatan modal sosial yang dimiliki oleh penggalang dana.

Selain itu, *Crowdfunding* juga memiliki peran signifikan dalam mendorong inklusi keuangan dan demokratisasi investasi, sehingga membuka peluang bagi masyarakat luas untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi. Dalam konteks yang lebih luas, *Crowdfunding* turut berkontribusi terhadap inovasi, keberlanjutan, dan penguatan solidaritas sosial, terutama dalam situasi krisis. Namun demikian, berbagai tantangan seperti risiko penipuan, keterbatasan regulasi, serta rendahnya literasi keuangan masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, platform digital, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem *Crowdfunding* yang aman, transparan, dan berkelanjutan, sehingga potensi besar yang dimiliki *Crowdfunding* dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital di masa depan.

## REFERENSI

- Agrawal, A. K., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2015). *Crowdfunding: Geography, social networks, and the timing of investment decisions*. *Journal of Economics & Management Strategy*, 24(2), 253–274.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). *Crowdfunding: Tapping the right crowd*. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585–609.
- Butticè, V., & Vismara, S. (2022). Inclusive digital finance: The industry of *Equity Crowdfunding*. *The Journal of Technology Transfer*, 47(4), 1224–1241.

- Cai, W., Polzin, F., & Stam, E. (2021). *Crowdfunding and social capital: A systematic review using a dynamic perspective*. *Technological Forecasting and Social Change*, *162*, 120412.
- Coakley, J., & Lazos, A. (2021). New developments in *Equity Crowdfunding: A review*. *Review of Corporate Finance*, *1*(3–4), 341–405.
- Cumming, D., Hornuf, L., Karami, M., & Schweizer, D. (2023). Disentangling *Crowdfunding* from *fraudfunding*. *Journal of Business Ethics*, *182*(4), 1103–1128.
- Cumming, D., Meoli, M., & Vismara, S. (2021). Does *Equity Crowdfunding* democratize entrepreneurial finance? *Small Business Economics*, *56*(2), 533–552.
- Cumming, D., Meoli, M., Rossi, A., & Vismara, S. (2024). ESG and *Crowdfunding* platforms. *Journal of Business Venturing*, *39*(1), 106362.
- Deng, L., Ye, Q., Xu, D., Sun, W., & Jiang, G. (2022). A literature review and integrated framework for the determinants of *Crowdfunding* success. *Financial Innovation*, *8*(1), 41.
- Dinh, J. M., Isaak, A. J., & Wehner, M. C. (2024). Sustainability-oriented *Crowdfunding*: An integrative literature review. *Journal of Cleaner Production*, *448*, 141579.
- Estrin, S., Khavul, S., & Wright, M. (2022). *Soft and hard information in Equity Crowdfunding*. *Small Business Economics*, *58*(4), 1761–1781.
- Farhoud, M., Shah, S., Stenholm, P., Kibler, E., Renko, M., & Terjesen, S. (2021). Social enterprise *Crowdfunding* in an acute crisis. *Journal of Business Venturing Insights*, *15*, e00211.
- Hoque, M. M. (2024). *Crowdfunding* for innovation: A comprehensive empirical review. *Future Business Journal*, *10*(1), 102.
- Junge, L. B., Laursen, I. C., & Nielsen, K. R. (2022). Choosing *Crowdfunding*: Why do entrepreneurs engage in *Crowdfunding*? *Technovation*, *111*, 102385.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of *Crowdfunding*: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, *29*(1), 1–16.
- Mutiara, R., Sugianto, S., & Malik, F. M. (2024). Peran ekonomi digital berbasis literasi keuangan Laku Pandai dalam mendorong inklusi keuangan di Indonesia. *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, *5*(2), 267–282. <https://ejurnal.ujj.ac.id/index.php/jebi/article/view/3615>
- Troise, C., Battisti, E., Christofi, M., van Vulpen, N. J., & Tarba, S. (2023). How can SMEs use *Crowdfunding* platforms to internationalize? *Management International Review*, *63*(1), 117–159.
- Vismara, S. (2016). *Equity retention and social network theory in Equity Crowdfunding*. *Small Business Economics*, *46*(4), 579–590.
- Wahjono, S. I. (2022). *Crowdfunding di Indonesia*. ResearchGate.
- Wahjono, S. I., Fam, S. F., Pakkanna, M., Rasulong, I., & Marina, A. (2021). Promoting creators' intentions: Measurement of *Crowdfunding* performance. *International Journal of Business and Society*, *22*(3), 1084–1101.