



MANFA'AH

Journal of Islamic Business and Management

journal homepage: www.manfaah.tazkia.ac.id

Research paper

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi pada platform crowdfunding basis pinjaman: studi kuantitatif pada gandengtangan.com

Iqbal Rahmadhi dan Nur Hendrasto**

Institut Agama Islam Tazkia, Sentul City, Bogor

ARTICLE INFO

Keywords:
crowdfunding,
crowdlending,
investasi.

ABSTRACT

This study aims to investigate the factors that influence investors to invest in crowdfunding a loan / crowdlending basis at Gandengtangan.com. The research method used in this study uses a quantitative approach. The quantitative approach is carried out by analyzing the factors that influence investment decisions in crowdlending. A conceptual framework was developed and a study was carried out on 100 investors from Gandengtangan.com. Quantitative research results show that the factors that influence investor decisions are business project innovation, business project specifications, encouragement to contribute and personal connection / closeness. This study also provides an overview of the crowdfunding phenomenon in Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi investor untuk berinvestasi pada crowdfunding basis pinjaman/crowdlending di Gandengtangan.com. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi pada crowdlending. Kerangka konseptual dikembangkan dan studi dilakukan terhadap 100 investor dari Gandengtangan.com. Hasil penelitian kuantitatif menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investor adalah inovasi proyek usaha, spesifikasi proyek usaha, dorongan berkontribusi dan koneksi/kedekatan personal. Penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai fenomena crowdfunding di Indonesia.

1. Introduction

Meningkatnya pengguna internet di dunia pada umumnya, terkhususnya di Indonesia dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Perkembangan zaman yang sangat pesat ditambah dengan kemajuan teknologi yang merata ke hampir seluruh wilayah di dunia ini telah membawa suatu perubahan yang signifikan dalam kehidupan manusia. Perubahan yang paling terlihat adalah dari segi aspek teknologi, informasi dan komunikasi. Perubahan dalam aspek teknologi, informasi dan komunikasi yang pesat ini juga telah mendorong adanya peningkatan pengguna (user) internet yang terus meningkat setiap tahunnya

Peningkatan yang signifikan pada pengguna internet secara global, termasuk di Indonesia dapat menjadikan internet sebagai potensi bisnis dan investasi secara online. Dalam dunia investasi khususnya di bidang pendanaan (funding), internet telah di jadikan salah satu media investasi yang umum dan keseluruhan. Telah banyak individu atau perusahaan yang melakukan investasi menggunakan media internet, karena kemudahan akses dan informasi yang ditawarkan tersebut.

Mendapatkan modal usaha atau pendanaan bagi para pelaku usaha merupakan suatu proses yang cukup sulit dan tidak mudah. Masalah yang dihadapi oleh para pengusaha pada awal-awal perintisan usaha adalah menarik modal dari luar (eksternal), mengingat kurangnya jaminan, aliran arus kas yang tidak memadai dan adanya pemberian informasi asimetri kepada investor. Salah satu jenis penerapan investasi menggunakan internet atau secara on-line adalah menggunakan equity-based crowdfunding atau lending-based crowdfunding sebagai sarana berinvestasi bagi investor dan pendanaan usaha bagi para pelaku usaha yang membutuhkannya. Dimana tujuan situs crowdfunding adalah mempertemukan antara pemilik uang dengan yang membutuhkan uang

Fenomena crowdfunding telah menjadi sesuatu yang populer bagi para wirausahawan yang berusaha untuk mendanai ide bisnis mereka. Karena dalam proses crowdfunding memungkinkan pengusaha untuk mulai mengabaikan sumber pendanaan tradisional dan mulai menjangkau masyarakat sebagai sumber pendanaan. Dengan demikian, pengembangan crowdfunding dirancang sebagai alternatif yang mana wirausahawan memanfaatkan sejumlah besar individu untuk sama-sama mengumpulkan modal alih - alih bergantung pada satu entitas.

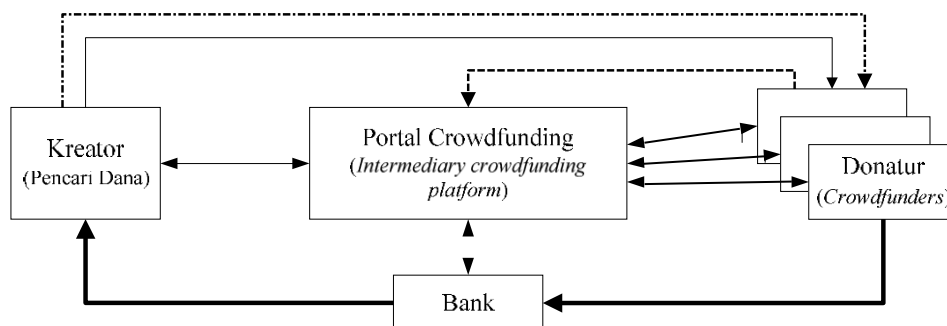
Platform lending-based yang menjadi sorotan dan memiliki potensi untuk berkembang adalah Gandengtangan.com. Berbagai penghargaan telah diraih oleh Gandengtangan.com seperti dari Telkomsel The NextDev sebagai juara dari “Aplikasi Terbaik” (dailysocial.id, 2015), sebagai “Startup Apps of The Year” dalam Golden Ring Award, dari DBS Foundation sebagai platform inovasi dalam bidang kewirausahaan sosial dan lain-lain. Sebagaimana yang dilansir oleh techinasia.id (2015) bahwa Gandengtangan merupakan platform crowdlending (crowdfunding basis pinjaman) yang ditujukan bagi pemilik usaha sosial dan para pengusaha pemula yang sedang membutuhkan modal untuk berbisnis. Berbeda dengan crowdfunding basis donasi, pada sistem crowdfunding basis pinjaman, dana yang sudah diberikan akan dikembalikan kembali kepada investor. Dengan demikian, terdapat pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini, yaitu: Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman (studi kasus: Gandengtangan.com)?

2. Literature Review

2.1 Theoretical Framework

Istilah “Crowdfunding” dapat dikaitkan dengan Michael Sullivan, pendiri dari Fundavlog, di tahun 2006, dalam upayanya membuat sebuah inkubator atau layanan pendanaan untuk proyek dan event terkait videoblog. Pengaturan ini didasarkan pada kepentingan Bersama (Shared-interest), pendanaan timbal-balik (Reciprocal) dan transparan (Transparent) yang mana di atas seluruhnya, berasal dari khalayak masyarakat.

Crowdfunding berbasis pinjaman adalah suatu jenis crowdfunding yang mempertemukan peminjam (lenders) atau investor dengan peminjam (issuers) untuk menyediakan pinjaman dana pada suatu proyek dengan berekspektasi adanya pengembalian. Dengan crowdfunding berbasis pinjaman, investor menerima instrument utang yang menentukan pembayaran di masa depan. Ini pada dasarnya adalah kewajiban pemilik kampanye untuk membayar kembali dana yang disediakan investor, yang biasanya terdiri dari pokok plus tingkat bunga (konvensional dan bagi hasil atau profit sharing syariah). Berikut ini merupakan mekanisme crowdfunding secara umum:



Gambar 1 Mekanisme Umum Crowdfunding

Perilaku pihak yang berinvestasi atau perilaku investor diawali dengan persepsi dari investor itu sendiri. Persepsi merupakan suatu proses dari seorang individu dalam memilih, mengumpulkan dan menginterpretasikan informasi yang mereka terima dari lingkungannya masing-masing. Proses tersebut melewati tiga tahapan: sensasi, mengumpulkan informasi, dan menginterpretasikan. Persepsi investor mempunyai tiga faktor yang mempengaruhi: stimulus karakter, kontek karakter, dan karakter investor.

Mittal (2004) menyatakan bahwa keputusan yang diambil oleh investor didalam pasar diposisikan sebagai pemakai dan pembeli, yang pada dasarnya merupakan keputusan untuk membeli, dimana akan melakukan pembelian, darimana, dari siapa pembelian itu dilakukan, dan bagaimana membayarnya. Proses dalam pengambilan keputusan melalui beberapa tahapan: pengenalan kepada masalah, pencarian informasi, alternaive evaluation atau evaluasi alternative, pembelian dan pengalaman yang didapat setelah pembelian.

Berdasarkan pengalamannya para investor mengenai rasa puas dan kekecewaan mereka, investor akan mempunyai tiga respon yaitu exit (keluar), voice (komplain), dan loyalty (loyal). Menurut Chaston (1993) menyatakan bahwa ada 5 tahapan dalam perilaku investor, yaitu sebagai berikut:

- a. Recognition of Need atau tahapan dimana investor melakukan pengenalan terhadap kebutuhan.
- b. Acquisition of Need atau tahapan dimana investor membuat kesimpulan terhadap kebutuhan yang telah dikenali tersebut.
- c. Evaluation of Information atau tahapan dimana setelah membuat beberapa kesimpulan lalu investor melakukan evaluasi.
- d. Purchase Decision atau tahapan dimana investor melakukan keputusan untuk berinvestasi.
- e. Post Purchase Evaluation atau tahapan dimana investor mengamati perkembangan investasi tersebut dan hasil pengamatan tersebut akan menghasilkan dua bentuk, yaitu: positive feedback dan negative feedback.

2.2 Previous Research

Untuk menganalisis faktor-faktor mempengaruhi keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman, penelitian ini mengacu pada penelitian kualitatif yang dilakukan oleh Ordanini et al. (2011), penelitian kuantitatif Berglin dan Strandberg (2013) serta penelitian kuantitatif Lukkarinen et al. (2017). Meskipun, demikian, terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan ketiga penelitian terdahulu, yaitu pada pendekatan penelitian, lokasi penelitian serta variabel penelitian. Ordanini et al. (2011) melakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif observative kepada para pengelola dari platform

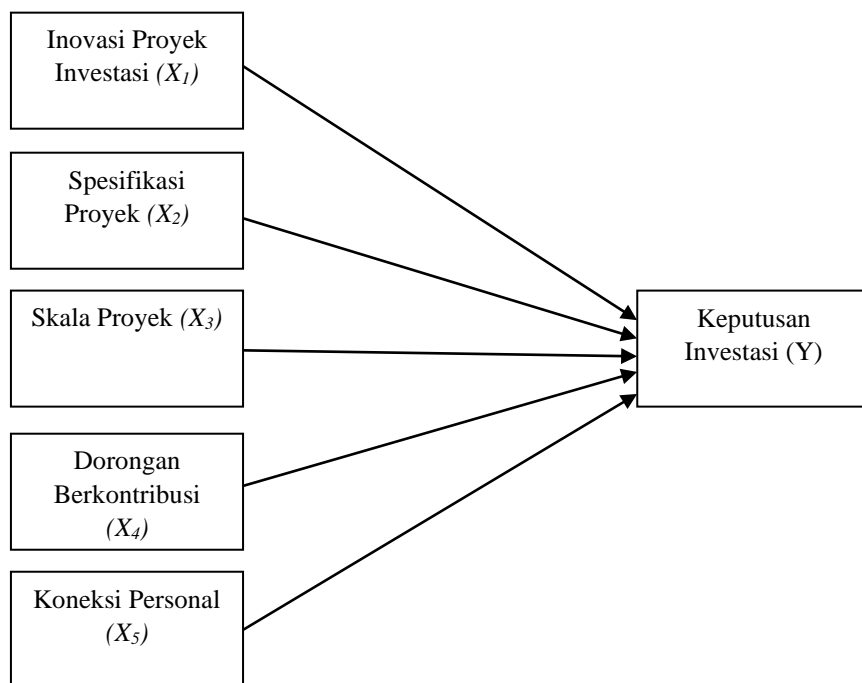
crowdfunding tanpa melibatkan investor atau donator secara langsung. Baik penelitian Ordanini et al. (2011) ataupun Berglin dan Strandberg (2013) dilakukan di Amerika Serikat (U.S) sedangkan penelitian ini berlokasi di Indonesia. Begitu juga dengan penelitian Lukkarinen et al. (2017) yang melakukan penelitian di Finlandia. Untuk variabel penelitian, penelitian ini menambahkan variabel Inovasi Proyek Usaha untuk diuji. Variabel inovasi proyek usaha ditambahkan karena merupakan faktor yang signifikan menurut penelitian Ordanini et al. (2011). Menurut Ordanini et. al. (2011), donatur memutuskan untuk menyumbang di proyek crowdfunding karena senang terlibat dalam perilaku inovatif. Tidak seperti model bisnis konvensional yang kebanyakan bertendensi umum (mainstream) dimana produk/jasa yang dijual mengikuti selera pasar dan menguntungkan pemilik modal besar, produk/jasa yang dimuat dalam situs crowdfunding umumnya memiliki konsep yang unik dan berupa ide baru.

Kedua faktor selanjutnya lebih terkait pada informasi dan bersifat ekonomis. Salah satunya adalah terkait spesifikasi proyek yang akan diajukan dalam crowdfunding. Kejelasan mengenai informasi dalam proyek crowdfunding sangatlah penting agar para investor dan donatur akan lebih mengetahui dengan jelas apa yang menjadi latar belakang dan tujuan proyek tersebut diajukan dan bagaimana proses untuk mencapai tujuan tersebut. Ditambah lagi dalam crowdfunding berbasis pinjaman, biasanya para investor murni (pure investor) akan melihat terlebih dahulu berapa rasio bagi hasil yang akan diterimanya sebelum melakukan investasi dalam sebuah proyek crowdfunding (Lukkarinen et., al, 2017). Faktor selanjutnya yang terkait dengan informasi dan bersifat ekonomis adalah skala proyek. Suatu proyek crowdfunding yang memiliki tren yang positif dan juga jumlah investor yang sudah mendanai cukup banyak biasanya akan menjadi pertimbangan investor lain untuk mendanai proyek tersebut.

Kedua faktor terakhir berkaitan dengan psikologis seseorang dan hubungan antar manusia. Salah satunya adalah dorongan berkontribusi, yang mana merupakan sebuah motivasi yang muncul dikarenakan investor merasa perlu untuk melakukan kontribusi terhadap proyek- proyek yang diprakarsai oleh kreator crowdfunding. Motivasi ini langsung di respon oleh pihak pengelola crowdfunding dengan cara menampilkan nama-nama atau memberikan bentuk apresiasi lainnya yang berbentuk reward atau profit-return. Faktor berikutnya berkaitan dengan psikologis dan hubungan antar manusia adalah faktor koneksi personal. Dapat dikatakan, faktor ini merupakan faktor yang berhubungan dengan lingkaran sosial sang investor atau donatur proyek. Karena sangat memungkinkan seorang investor atau donatur melakukan kontribusi dalam crowdfunding berdasarkan pengaruh orang-orang disekitarnya atau orang-orang terdekat dari kreator proyek. Karena orang-orang terdekat kita lah yang lebih mengetahui kredibilitas yang kita miliki.

2.3 Conceptual Framework

Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu, maka dikembangkan kerangka konseptual untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi investor berinvestasi pada platform *crowdlending*, sebagai berikut:



Gambar 2 Kerangka Konseptual Penelitian

3. Methodology

3.1 Research Method

Untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi pada platform crowdfunding basis pinjaman (studi kasus: Gandengtangan.com), maka digunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Model regresi linear berganda sendiri pada umumnya merupakan sebuah studi tentang ketergantungan antar variabel dependen (terikat) dengan satu variabel independen (bebas), yang mana tujuannya untuk mengestimasi dan memprediksi

rata-rata populasi atau nilai suatu variabel dependen berlandaskan nilai variabel yang independen yang diketahui (Arikunto, 2006). Hasil dari analisis regresi linier berganda merupakan sebuah koefisien yang mana untuk seriap variabel independen.

Pendekatan Penelitian	Jenis Penelitian	Metode Pengumpulan Data	Unit Analisis	Lingkungan
Kuantitatif	Regresi Linear Berganda	Survei (kuesioner)	Individu/Investor	Non-contrived setting

Tabel 1. Metodologi Penelitian

3.2 Data Collection

Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan instrument penelitian, yaitu berupa angket atau kuesioner yang disebarakan dengan pertanyaan tertulis kepada responden dalam bentuk kuesioner online. Kuesioner bisa diakses pada alamat tautan bit.ly/crowdlending_indonesia/. Kuesioner online memungkinkan data jawaban dikumpulkan secara langsung kepada peneliti tanpa melalui perantara. Butir-butir pertanyaan dirancang sebagai indikator-indikator yang secara laten mewakili keenam kontrak. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dibuat menggunakan skala Likert 1 sampai dengan 5 untuk mendapatkan rentang jawaban 1 untuk jawaban “Sangat Tidak Setuju”, 2 untuk jawaban “Tidak Setuju”, 3 untuk jawaban “Mungkin”, 4 untuk jawaban “Setuju” dan 5 untuk jawaban “Sangat Setuju”. Skala pengukuran data adalah skala ordinal.

3.3 Populasi, dan Sampel

Unit analisis dari penelitian ini adalah individu, yakni portal crowdfunding (crowdfunding platform atau crowdfunding intermediaries) di Indonesia dan para investornya.. Meskipun demikian, crowdfunding dikelola dengan mekanisme online berbasis web, sehingga meskipun portal crowdfunding berbasis di Jakarta, para donatur dapat berasal dari daerah lain di Indonesia (berskala nasional). Atas pertimbangan tersebut, maka organisasi pengelola crowdfunding yang beroperasi di Jakarta telah dipandang representatif untuk mewakili Indonesia. Unit analisis dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu crowdfunding basis pinjaman memenuhi definisi Massolution (2013), terdapat di wilayah Jakarta, dalam keadaan aktif, dan mengizinkan penyebaran kuesioner. Berdasarkan kriteria tersebut, unit analisis yang terpilih adalah investor platform crowdfunding basis pinjaman Gandengtangan.com.

Dari unit analisis terpilih, diketahui bahwa jumlah populasi investor crowdfunding yang terdata pada Gandengtangan.com adalah 15.000 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian kali ini merujuk kepada pendekatan Slovin. Dengan menggunakan

$$n = \frac{N}{1+N(\alpha^2)} = n = \frac{15000}{1+15000(0,10^2)} = n = \frac{15000}{151} = n = 99,6 \text{ atau } 100$$

Dimana:

n = Jumlah sampel N = Jumlah populasi α = Margin of Error (1%, 5%, atau 10%)

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survey yang disebarluaskan melalui internet atau media sosial. Para responden pada penelitian ini adalah para pengguna internet yang pernah berinvestasi atau menggunakan platform crowdfunding basis pinjaman. Penulis menyebarkan kusioner penelitian ini pada beberapa media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, Line, LinkedIn dan Telegram yang merupakan media sosial yang populer di Indonesia dengan jumlah kuesioner kembali adalah 100.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Pertanyaan pada kuesioner didasarkan pada faktor-faktor dalam kerangka konseptual yang mengacu kepada penelitian terdahulu, yaitu: Inovasi Proyek Usaha (IPU), Spesifikasi Proyek Usaha (SPU), Skala Proyek (SP), Dorongan Berkontribusi (DB), dan Koneksi Personal (KP) sebagai kontrak-kontrak (variabel independen) yang mampu memengaruhi variabel utama (variabel dependen) yaitu keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman. Dari lima kontrak tersebut, maka dirancang butir pertanyaan sebagai indikator.

No.	Variabel Independen	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Inovasi Proyek Usaha (IPU)	4 Pertanyaan	Ordinal
2.	Spesifikasi Proyek Usaha (SPU)	4 Pertanyaan	Ordinal
3.	Skala Proyek (SP)	3 Pertanyaan	Ordinal
4.	Dorongan Berkontribusi (DB)	5 Pertanyaan	Ordinal
5.	Koneksi Personal (KP)	4 Pertanyaan	Ordinal

No.	Variabel Dependen	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Keinginan Untuk Berinvestasi pada <i>crowdfunding</i>	3 Pertanyaan	Ordinal

Tabel 2 Operasionalisasi Variabel

3.5 Research Model

Setelah survey menggunakan kuesioner selesai, maka data dikompilasi dan diolah menggunakan software statistic, yaitu software SPSS 23 untuk melakukan permodelan regresi linear berganda. Pemilihan analisis Regresi Linear Berganda (RLG) dinilai lebih robust untuk analisis faktor yang mempunyai variabel independen lebih dari dua. Model analisis regresi linier berganda pada umumnya merupakan sebuah studi tentang ketergantungan antar variabel dependen (terikat) dengan satu variabel independent (bebas), yang mana tujuannya untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai suatu variabel dependen berlandaskan nilai variabel yang independen yang diketahui (Arikunto, 2006). Hasil dari

analisis regresi linier berganda merupakan sebuah koefisien yang mana untuk seriap variabel independen.

Dalam sebuah analisis regresi linier berganda, selain mengukur keunggulan hubungan antar dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen (terikat) dan variabel independent (bebas) tersebut. Suatu regresi yang variabel independennya berdasarkan atas dua atau lebih variabel, regresinya dapat disebut dengan regresi linier berganda. Karena itu, variabel independent dalam penelitian kali ini disebut sebagai regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui seberapa besarnya variabel independen terhadap variabel dependen. Mengenai bentuk dasar dari persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y= Berinvestasi pada *crowdfunding* Gandengtangan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1 = Inovasi Proyek

X2 = Spesifikasi Proyek

X3 = Skala Proyek

X4 = Dorongan Berkontribusi

X5 = Koneksi Personal

4. Discussion

4.1. Statistik Deskriptif

Dari 100 kuesioner valid yang diolah, terdapat 74% responden laki-laki dan 26% responden perempuan. Kelompok usia responden adalah 18 tahun ke bawah (1%), 18-24 tahun (24%), 25-34 tahun (54%), 35-54 tahun (20%), dan 55 tahun ke atas (1%). Statistik deskriptif pekerjaan dari para responden yaitu pelajar/mahasiswa (14%), pegawai swasta (39%), Guru/Dosen (7%), pegawai negeri sipil (9%), pekerja seni (2%), wartawan (1%), Dokter (1%), wirausahawan (23%) dan freelance (2%).

Secara khusus, penelitian ini juga memperoleh informasi dari responden terkait dengan investasi yang pernah dilakukan pada *crowdfunding* basis pinjaman di Gandengtangan.com, yaitu jumlah proyek *crowdfunding* yang pernah didukung dan sumber dana investasi. Lebih dari sepersepuluh responden baru pernah menyumbang pada satu proyek *crowdfunding* (15%). Sebanyak 59% responden telah menyumbang pada 2-5 proyek *crowdfunding*, 24% responden telah menyumbang kepada 6-10 proyek, dan 2% responden telah menyumbang sebanyak lebih dari 10 proyek *crowdfunding*. Sumber dana investasi hampir setengahnya berasal dari gaji/upah (46%), hasil usaha/berwirausaha sebanyak 24%, dari simpanan bank atau tabungan sebanyak 25%, dan lainnya 5%.

4.2. Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi pada platform *crowdfunding* basis pinjaman dilakukan dengan 2 cara, yaitu dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f). Dalam pembuatan model penduga tersebut, diduga keputusan investasi pada platform *crowdfunding* basis pinjaman dipengaruhi oleh inovasi proyek usaha, spesifikasi proyek, skala proyek,

dorongan berkontribusi, dan koneksi personal.

Untuk melihat hasil regresi berganda dengan bantuan SPSS dengan persamaan:

$$Y = 1,444 + 0,143X1 + 0,164X2 + 0,057X3 + 0,128X4 + 0,172X5 + e$$

Diperoleh hasil seperti di bawah ini:

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.589 ^a	.346	.312	1.29220
a. Predictors: (Constant), Koneksi Personal, Spesifikasi Proyek, Dorongan Berkontribusi, Skala Proyek, Inovasi Proyek				
b. Dependent Variable: Keinginan Investasi				

Nilai koefisien determinasi R² (R Square) yang diperoleh adalah sebesar 0,346. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 34,6% variabel terikat (keputusan investasi) bisa dijelaskan oleh variabel bebas (inovasi proyek usaha, spesifikasi proyek, skala proyek, dorongan berkontribusi dan koneksi personal). Sedangkan sisanya 65,4% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang belum dimasukkan dalam model tersebut.

1) Uji pengaruh variabel secara parsial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	1.444	1.656	.872	.385
	Inovasi Proyek	.143	.070	2.051	.043
	Spesifikasi Proyek	.164	.063	2.587	.011
	Skala Proyek	.057	.082	.692	.490
	Dorongan Berkontribusi	.128	.049	2.619	.010
	Koneksi Personal	.172	.039	4.427	.000
a. Dependent Variable: Keinginan Investasi					

a. Pengaruh Inovasi Proyek Usaha terhadap Keputusan Investasi pada Crowdfunding Basis Pinjaman

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel inovasi proyek usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman. Pada hasil uji parsial menunjukkan bahwa inovasi proyek usaha berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investor dalam berinvestasi pada crowdfunding basis pinjaman. Hal tersebut disebabkan oleh nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, yaitu 2,051 > 1,985 dan nilai sig 0,043 < α 0,05 yang mana menunjukkan bahwa variabel inovasi proyek usaha mempunyai pengaruh yang searah terhadap keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman.

b. Pengaruh Spesifikasi Proyek terhadap Keputusan Investasi pada Crowdfunding Basis Pinjaman

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel spesifikasi proyek usaha berpengaruh secara positif terhadap keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman. Pada hasil uji parsial menunjukkan bahwa spesifikasi proyek usaha berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investor dalam berinvestasi pada crowdfunding basis pinjaman. Hal tersebut disebabkan oleh nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, yaitu 2,587 > 1,985 dan nilai sig 0,011 > α 0,05 yang mana menunjukkan bahwa variabel spesifikasi proyek usaha mempunyai pengaruh yang searah terhadap keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman.

c. Pengaruh Skala Proyek terhadap Keputusan Investasi pada Crowdfunding Basis Pinjaman Berdasarkan hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda maka bisa diketahui bahwa faktor skala proyek (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,057. Nilai koefisien pada variabel ini memiliki nilai yang positif, sehingga bisa dikatakan bahwa terdapat pengaruh dari faktor skala proyek (X3) terhadap keputusan investasi (Y) pada platform crowdfunding basis pinjaman. Namun, hasil uji parsial menunjukkan bahwa secara parsial skala proyek usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investor dalam berinvestasi pada crowdfunding basis pinjaman. Hal tersebut disebabkan oleh nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel, yaitu 0,692

< 1,985 dan nilai sig 0,490 > α 0,05 yang mana menunjukkan bahwa variabel skala proyek usaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman.

d. Pengaruh Dorongan Berkontribusi terhadap Keputusan Investasi pada Crowdfunding Basis Pinjaman

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dorongan berkontribusi berpengaruh secara positif terhadap keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman. Pada hasil uji regresi menunjukkan bahwa secara parsial dorongan berkontribusi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investor dalam berinvestasi pada crowdfunding basis pinjaman. Hal tersebut disebabkan oleh nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, yaitu 2,619 > 1,985 dan nilai sig 0,010 < α 0,05 yang mana menunjukkan bahwa variabel dorongan berkontribusi mempunyai pengaruh yang searah terhadap keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman.

e. Pengaruh Koneksi Personal terhadap Keputusan Investasi pada Crowdfunding Basis Pinjaman

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel koneksi personal berpengaruh secara positif terhadap keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman. Pada hasil uji regresi menunjukkan bahwa secara parsial dorongan berkontribusi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investor dalam berinvestasi pada crowdfunding basis pinjaman. Hal tersebut disebabkan oleh nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, yaitu 4,427 > 1,985 dan nilai sig 0,000 > α 0,05 yang mana menunjukkan bahwa variabel koneksi personal mempunyai pengaruh yang searah terhadap keputusan investasi pada crowdfunding basis pinjaman.

2) Uji pengaruh variabel secara simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83.200	5	16.640	9.965	.000 ^b
	Residual	156.960	94	1.670		
	Total	240.160	99			
a. Dependent Variable: Keinginan Investasi						
b. Predictors: (Constant), Koneksi Personal, Spesifikasi Proyek, Dorongan Berkontribusi, Skala Proyek, Inovasi Proyek						

Berdasarkan Tabel Anova didapat signifikansi F sebesar 9,965 > 2,31 dan nilai sig 0,000 < α 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hasil tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel independent (inovasi proyek usaha, spesifikasi proyek, skala proyek, dorongan berkontribusi dan koneksi personal) secara keseluruhan dan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan investasi.

5. Kesimpulan

Dari penelitian ini didapatkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan investasi pada platform crowdfunding basis pinjaman adalah inovasi proyek usaha, spesifikasi proyek, dorongan berkontribusi dan koneksi personal. Faktor yang berpengaruh positif dan non-signifikan dalam mempengaruhi keputusan investasi pada platform crowdfunding basis pinjaman adalah skala proyek. Faktor inovasi proyek usaha, spesifikasi proyek, skala proyek, dorongan berkontribusi dan koneksi personal memotivasi responden untuk berinvestasi pada crowdfunding basis pinjaman Gandengtangan.com sebesar 34,6%. Pengaruh sebesar 65,4% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

References

Belleflame, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2013). Crowdfunding: Tapping The Right Crowd. *Journal of Business Venturing*.

Berglin, H., & Strandberg, C. (2013). *Leveraging Customers As Investor*. Uppsala University.

Cosh, A., Cumming, D., & Hughes, A. (2009). *Outside Entrepreneurial Capital*. *The Economic Journal*.

detikfinance. (2017, Mei 16). *UMKM Sulit Dapat Modal Usaha*. Retrieved from <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3502490/umkm-sulit-dapat-modal-usaha-ini-solusi-bi>.

Gandengtangan.com. (2019, January 15). *Homepage*. Retrieved from <https://gandengtangan.co.id/>.

Hemer, J. (2011). *A Snapshot on Crowdfunding*.

Lukkarinen, A., Wallenius, J., & Seppala, T. (2017). *Investor Motivations and Decision Criteria in Equity Crowdfunding*. *Electronic Journal*.

Ordanini, A., Miceli, L., & Pizzeti, M. (2011). *Crowd-funding: Transforming Customers Into Investor Through Innovative Service Platforms*. Milan-Italy: Emerald Insight.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Kanisius.

Tirdanatan, N. U. (2013). Evaluasi Good Corporate Governance Atas Kebutuhan Donatur Pada Penerapan Crowdfunding Di Indonesia (Studi Kuantitatif dan Kualitatif pada Efekrumahkaca.Net, Patungan.net, dan Wujudkan.com. Jurnal Sistem Informasi .

