

CROWDFUNDING: ASPEK KEMITRAAN PADA PENYELENGGARAAN (STUDI PADA PLATFORM GANDENG TANGAN)

**Betania Jezamin Setiawan, M.Sc¹ Dr. Dra. Prima Naomi, MT²
Adrian A Wijanarko, MM³**

¹. FEB Universitas Paramadina, *betania.setiawan@paramadina.ac.id*

². FEB Universitas Paramadina, *prima.naomi@paramadina.ac.id*

³. FEB Universitas Paramadina, *adrian.wijanarko@paramadina.ac.id*

ABSTRAK

The role of the Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) industry in Indonesia is crucial for Indonesia's economic growth. The total value of disclosed Fintech investment in Indonesia in 2017 reached a value of USD \$ 176.75 million. One of the Fintech companies in Indonesia that finances the MSME sector in Indonesia by crowdfunding is the GandengTangan (GT) platform. This research uses descriptive qualitative, which provides a detailed explanation of a phenomenon. The partnership between Gandengtangan and crowdfunding participants is a collaboration between parties in interacting to support the synergy of a mutually beneficial activity.

Keywords: *SMEs, GandengTangan, Crowdfunding*

PENDAHULUAN

Peran industri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia cukup krusial bagi pertumbuhan perekonomian dalam negeri, dimana UMKM menyumbang 60,34 persen untuk Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Putra, 2018). Namun, berdasarkan hasil riset World Bank, dari empat permasalahan yang ada mengapa UMKM di Indonesia kurang dapat berkembang salah satunya adalah tidak punya akses pembiayaan (Putra, 2018). Akses pendanaan dari lembaga keuangan tradisional termasuk perbankan tidak cukup bagi UMKM di Indonesia. Dengan bertumbuhnya kemajuan teknologi di bidang finansial, memunculkan model pendanaan melalui perusahaan-perusahaan di industri *Financial Technology* (Fintech). Fintech diharapkan dapat menjadi salah satu cara untuk memudahkan akses permodalan untuk sektor UMKM, terutama yang belum terlayani oleh perbankan. Hal ini dikarenakan pihak UMKM yang meminjam pembiayaan melalui perbankan pada tahun 2017 hanya sekitar 20% (Sanusi, 2018).

Perkembangan industri *Fintech* di Indonesia saat ini terbilang baik. *Total value of disclosed Fintech investment* pada tahun 2017 di Indonesia mencapai nilai USD \$176,75 juta. Pada tahun 2018 diprediksi Indonesia akan mendapatkan *transaction value in Fintech market* sebesar USD \$22,338 juta. Hal tersebut sudah termasuk pertumbuhan transaksi *growth rate* sebesar 16.3% per tahun (Fintech Singapore, 2018). Jenis kegiatan *Fintech* di Indonesia pun juga sudah beragam. Kegiatan pembayaran (*payment*) masih mendominasi kegiatan *Fintech* di Indonesia dengan persentase sebesar 38 persen. Sedangkan terbesar kedua kegiatan *Fintech* di Indonesia yakni pada kegiatan pinjaman (*lending*) dengan persentase sebesar 31 persen. Gambar 1.1. menggambarkan distribusi kegiatan *Fintech* di Indonesia (Fintech Singapore, 2018).

Pada saat ini kegiatan *Fintech* diatur oleh Pemerintah Republik Indonesia melalui tiga regulator pemerintah. Bank Indonesia sebagai bank sentral Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan sebagai regulator industri jasa keuangan dan Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai regulator komunikasi dan informatika. Bank Indonesia mengatur perusahaan *Fintech* yang memberikan layanan alat pembayaran berbasis teknologi, seperti *eWallets*, *Payment Gateway*, *Cryptocurrency*, dan lain-lain. Sedangkan Otoritas Jasa Keuangan mengatur perusahaan *Fintech* yang memberikan layanan jasa keuangan berbasis teknologi, seperti layanan pengumpulan dana publik yang dilakukan platform *Crowdfunding*, layanan pinjam meminjam yang dilakukan platform *Peer-to-Peer Lending*, layanan asuransi berbasis teknologi (*insurtech*), *fintech* di Pasar Modal, dan lain-lain.

Salah satu perusahaan *Fintech* di Indonesia yang melakukan pembiayaan pada sektor UMKM di Indonesia dengan cara *crowdfunding* adalah platform GandengTangan (GT). GT memfasilitasi pinjaman produktif jangka pendek kepada usaha mikro yang menjadi peminjam (*borrower*) melalui investasi jangka pendek yang dilakukan oleh pendana (*pendana*) yang berasal dari masyarakat umum. GT beroperasi melalui platform online yang bergerak dalam kegiatan *crowdfunding* kategori *peer to peer lending*.

Tujuan penelitian

Kemitraan merupakan suatu keharusan dalam *crowdfunding*. Karena ini merupakan hal yang baru di Indonesia, maka belum banyak tulisan yang membahas tentang aktivitas *crowdfunding* ini dan bagaimana kemitraan dijalankan pada organisasi ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi teoritis maupun praktis. Manfaat teoretis dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang mendalam tentang *crowdfunding* dari berbagai aspek yang diperoleh dari berbagai sumber. Secara praktis, penelitian ini memberikan gambaran contoh penyelenggaraan *crowdfunding* di Indonesia dan bagaimana kemitraan dijalankan dalam penyelenggaraannya, dengan menggunakan salah satu organisasi penyelenggara yakni GandengTangan.

LANDASAN TEORI

Crowdfunding

Menurut (Pichler & Tezzza, 2016), terdapat dua faktor yang diidentifikasi mempengaruhi perkembangan *crowdfunding*, yakni faktor struktural dan faktor kontingensi. Faktor struktural yang dimaksud adalah adanya teknologi web 2.0, yaitu *website* dan aplikasi yang memungkinkan pengguna *users* untuk menciptakan dan berbagi informasi dan materi secara online. Faktor kontingensi yang dimaksud adalah adanya “*credit crunch*” yang terjadi setelah krisis keuangan global tahun 2007-2008 dan berdampak melemahnya kredit untuk pengusaha khususnya UMKM.

Istilah *Crowdfunding* berasal dari istilah *Crowdsourcing*, yaitu proses untuk mendapatkan *source* (sumber daya) dari *crowd* (kerumunan/orang banyak). Howe (2006) menyatakan bahwa kerumunan (*crowds*) akan lebih efisien dibandingkan individu. Dalam *crowdfunding* sumber daya yang dicari dari luar adalah sumber daya berupa pendanaan. Lambert & Schwienbacher (2010), menyatakan bahwa *Crowdfunding* adalah cara mendanai keuangan sebuah proyek atau perusahaan melalui internet. Sumber pendanaan dapat bersumber dari sejumlah individu yang bersedia menjadi donatur atau memberi pendanaan dengan imbal hasil baik yang berupa imbal hasil keuangan maupun non keuangan. Ramsey (2012) mendefinisikan *Crowdfunding* sebagai sebuah proses mendapatkan uang untuk membantu mengubah ide menjadi bisnis yang nyata dengan menghubungkan orang yang membutuhkan investasi (*investee*) dengan para pendana (*supporters/ backers*)

Manfaat dari *crowdfunding* bagi pencari dana adalah mampu memperoleh dana melalui saluran-saluran non-tradisional yang dapat memenuhi pendanaan. Selain itu, *Crowdfunding* dianggap mampu mengumpulkan dana, bukan dana dari investor besar namun dari investor kecil, dalam waktu yang singkat. Sehingga, pencari dana menganggap ini adalah kesempatan untuk menjangkau orang banyak untuk terlibat dalam dua aspek penting, yakni untuk membuat ide atau proyek dikenal secara luas dan untuk dapat melakukan tes pasar (Pichler & Tezzza, 2016). Bila produk atau proyek tersebut mudah mendapatkan pendanaan, itu berarti proyek atau produk tersebut berharga (Lambert & Schwienbacher, 2010; Gerber & Hui, 2013). Dengan semua hal diatas, *crowdfunding* juga berarti bagi pencari dana untuk memperluas jaringannya, menjadi bagian komunitas dengan pemahaman atau minat yang sama, dan dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan para pemilik modal melebihi sekedar hubungan di *platform online* dan investasi pertamanya (Gerber & Hui, 2013). Keuntungan lainnya adalah bila mereka sukses dalam *platform crowdfunding*, maka kemungkinan dilirik oleh saluran kredit tradisional seperti perbankan, karena dianggap proyeknya telah dapat menarik *investor*, sehingga menarik untuk didanai (European Commission, 2015).

Berbeda halnya dengan pencari dana, bagi pendana ada beberapa manfaat dengan berpartisipasi dalam *crowdfunding*. Motif utama bagi pendana adalah adanya keterlibatan emosional terhadap project yang ingin ia dukung. Pendana akan mendukung proyek yang ia minati dan memiliki nilai-nilai (*values*) yang sama, yang disebut sebagai motivasi perilaku *philantropy* (*philantropic-behaviour motivation*).

Motivasi lain adalah mendapatkan *reward*. Ini berlaku pada *crowdfunding* yang dari awal bertujuan untuk mendapatkan *reward*, baik itu *non-financial reward* atau imbal hasil finansial (*financial return*) (Pichler & Tezza, 2016).

Di samping manfaat yang dapat diperoleh dari *crowdfunding*, terdapat beberapa risiko yang mungkin dihadapi, baik yang dihadapi oleh pencari dana maupun oleh pendana. Risiko utama adalah risiko penipuan (*fraud*) yang dilakukan oleh penyelenggara atau platform, yang dapat terdiri dari dua bentuk. Bentuk kecurangan pertama adalah bahwa platform memberikan informasi yang curang baik menyangkut status keuangan perusahaan yang disembunyikan terhadap investor ataupun peruntukan uang yang didapat tidak sesuai dengan tujuan semula (De Busyere, Gajda, Kleverlaan, & Marom, 2012). Tipe kecurangan ini berasal dari kondisi informasi yang tidak simetris. Risiko berikutnya adalah konsekuensi dari penggunaan internet, dimana terdapat risiko pencurian data, pencucian uang, dan pembiayaan terorisme, juga kejahatan terhadap proteksi data (Kirby & Worner, 2014). Risiko lain yang mungkin terjadi adalah gagal bayar, yang terjadi pada *crowdfunding* yang mengharap adanya imbalan. Perusahaan atau individu yang meminjam dana tidak mampu mengembalikan dana yang dipinjam atau memberikan dividen dan keuntungan pada investasi ekuitas si pendana. Faktor utama yang menyebabkan investor/pendana mengalami risiko *fraud* (kecurangan) dan risiko gagal bayar adalah kurangnya informasi mengenai individu atau perusahaan pencari dana, hanya terbatas pada informasi yang tersedia di platform. Terlebih lagi, mayoritas investor/pendana dalam model *crowdfunding* adalah investor sederhana (*unsophisticated*), dimana mereka memiliki kekurangan keahlian dan pengalaman untuk menilai investasi proyek atau perusahaan yang sedang mencari dana. Risiko terakhir yang dialami pendana, terutama untuk mereka yang terlibat dalam model *equity-crowdfunding* adalah risiko tidak likuid, dimana sulit untuk menjual kembali investasi *equity* yang dilakukan melalui *crowdfunding*, tidak seperti investasi saham pada bursa pasar modal.

Kemitraan

Gouillart (2014) menyatakan bahwa kemitraan sebagai kolaborasi antar aktor dalam berinteraksi mendukung sinergi sebuah aktivitas yang saling menguntungkan. Hakekat kemitraan mungkin telah ada seiring dengan adanya manusia berkelompok, dan isu ini mencuat kembali seiring dengan munculnya isu keberlanjutan (*sustainability*) dalam pembangunan.

Sustainability adalah konsep dimana memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan. *Sustainability* menjadi penting karena eksekutif mulai sadar akan pentingnya *sustainability* untuk keunggulan kompetitif (Gordon, 2014; Porter & Kramer, 2011). *Sustainability* merupakan isu yang kompleks dan beranekaragam (*multifaceted*) aspek, sementara individu ataupun organisasi tidak memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menghadapi multi aspek tersebut. Oleh karena itu bisnis yang ada tidak lagi dapat mengandalkan model-model tradisional yang bergerak sendiri-sendiri. Saat itulah, kemitraan dipandang sebagai isu strategis dalam menjaga keberlangsungan dan meningkatkan kinerja organisasi. Bermitra antar sektor membuat organisasi

berkembang lebih baik karena mengakui kualitas dan kompetensi antar sektor, menemukan cara-cara baru dari mitra-mitranya Tennyson (2003).

Wassmer, Pain, & Paquin, (2017) merumuskan tiga hal yang dicari dari perusahaan dalam kemitraan, yakni mencari inovasi, mencari legitimasi, dan mempengaruhi kebijakan. Dengan kemitraan, organisasi mencari sumber pendapatan atau mencoba mencari cara untuk menekan biaya, untuk itu perlu ada inovasi baik dalam produk, proses maupun pemahaman terhadap pasar. Inovasi tidak hanya yang berwujud namun juga yang tidak berwujud. Bermitra juga dimaksudkan untuk membangun legitimasi, memperoleh dukungan baik dari sisi hukum, lingkungan, sosial maupun politik. Kemitraan juga dapat dimaksudkan untuk mencari mitra yang dapat mempengaruhi kebijakan, mempengaruhi norma, aturan maupun perundang-undangan yang relevan dengan industri atau bisnis yang dimasuki perusahaan.

Adapun manfaat yang didapat dengan melakukan kemitraan diantaranya (Naomi, 2018) : (1) Akses informasi dari jejaring yang berbeda, (2) Pencapaian yang lebih besar, (3) Efisiensi organisasi, (4) Produk dan Layanan yang lebih baik, (5) Inovasi yang lebih baik, (6) Peningkatan Kredibilitas, (7) Meningkatkan akses terhadap sumber daya, (8) Pengembangan profesional personal, dan (9) Berkembangnya kapasitas institusi.

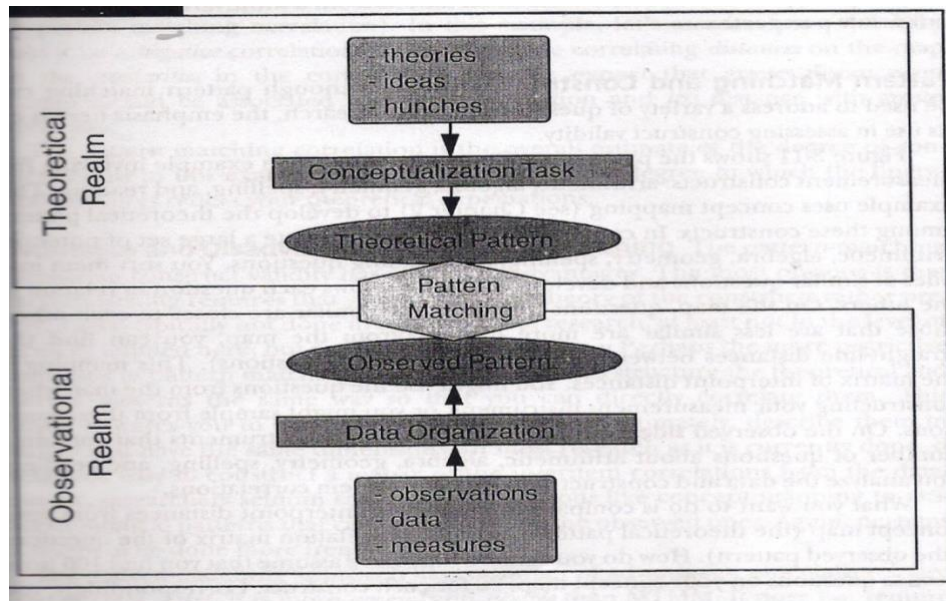
METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif, yang memberikan penjelasan secara detail tentang suatu fenomena. Dalam hal ini, fenomena yang dijelaskan adalah kemitraan dalam bisnis *crowdfunding*. Penelitian ini juga tergolong penelitian studi kasus, karena kemitraan yang dibahas hanya pada satu kasus yakni kemitraan pada *Crowdfunding* GandengTangan, yang merupakan platform *Peer to Peer Lending*.

Karena ini merupakan penelitian studi kasus, maka yang diteliti hanya satu sampel yakni penyelenggara *crowdfunding*, yakni *Crowdfunding* Gandeng Tangan. Unit analisis penelitian ini adalah penyelenggara *Crowdfunding*. Karena fokus penelitian adalah kemitraan, maka interview dilakukan terhadap pihak-pihak yang melakukan kemitraan, yakni Pemilik Gandeng Tangan dan Mitra Pendamping Lokal, yang dinamakan *GT-Trust*.

Validitas internal yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *pattern matching*. *Pattern matching* adalah suatu upaya untuk menghubungkan dua pola dimana satu sisi adalah pola teoritik (*theoretical pattern*) dan di sisi lain adalah pola yang didapat dari obeservasi atau operasional di lapangan (Trochim & Donnelly, 2008). Selanjutnya ide dari *pattern matching* digambarkan dalam gambar 1.

Gambar 1. Ide mengenai *pattern matching*



Dalam penelitian ini, hasil dari *pattern matching* diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih holistik dan keterkaitan antar variabel yang lebih logis sesuai dengan kondisi yang ada dilapangan. Dengan demikian, *pattern matching* juga sekaligus berfungsi sebagai validitas internal dalam penelitian ini. Seperti yang dikemukakan Yin (2003) : “*if the patterns coencide, the result can help a case study to strengthen its internal validity*”.

Validitas eksternal menyangkut kemampuan seberapa jauh hasil studi yang telah dilakukan dapat digeneralisir. Dalam penelitian studi kasus, taktik yang dapat digunakan adalah *use replication logic in multiple case studies* (Yin, 2003). Dalam penelitian ini belum dapat dilakukan *multiple case study* sebagai alat validitas eksternal, dikarenakan keterbatasan waktu. Namun penelitian ini berusaha untuk melakukan *thick discription*. *Thick discription* terhadap obyek GandengTangan pada waktu ketika data diambil, dengan demikian penelitian ini mampu memberikan penjelasan yang berarti terhadap setting dimana penelitian dilakukan.

Reliabilitas berkaitan dengan apakah proses pada penelitian konsisten, alasannya stabil dalam lintasan waktu dan peneliti serta metode yang berbeda ((Goetz & Le Compte, 1984; A.G. Smith & Robbins, 1984) dalam Hubberman & Miles, 1994).

Untuk menjaga reliabilitas dalam penelitian ini digunakan *case study protocol*. *Case study protocol* merupakan taktik utama untuk meningkatkan reliabilitas penelitian, dan menjadi sangat penting bila kita menggunakan desain *multiple case* (Yin, 2003). *Case study protocol* terdiri dari instrumen dan aturan-aturan yang harus diikuti dalam menggunakan instrumen tersebut.

PEMBAHASAN

Profil & Sejarah GandengTangan

GandengTangan adalah platform yang dimiliki oleh PT. Kreasi Anak Indonesia, yang telah terdaftar dan diawasi oleh OJK sejak 1 Februari 2019. GT memiliki visi GT untuk mengurangi kemiskinan dengan fokus pada kemandirian usaha mikro, melalui teknologi. Sementara, misi GT adalah menyeimbangkan aliran dana kepada masyarakat yang ada pada piramida lapisan terbawah dan mengimplementasikan pemberdayaan ekonomi pada usaha mikro.

GT berfokus untuk menjadi platform investasi P2P Lending yang melayani pembiayaan usaha mikro. GT adalah penghubung para pemilik usaha mikro yang membutuhkan pembiayaan dengan para investor yang ingin memberikan dampak sosial. Melalui investasi jangka pendek, GT menghadirkan sistem pendanaan yang aman dan transparan agar kedua belah pihak dapat bergandeng tangan untuk mewujudkan Indonesia yang lebih baik. Untuk mencapai yang diinginkan, GT dilengkapi dengan pendampingan oleh mitra local. Sejak ide ini dieksekusi di Mei 2017, pengguna GT Usaha Mikro Terdana 3.500, dana berhasil disalurkan Rp 14 milyar, dan pengguna yang terdaftar 18.500. (GandengTangan, 2018)

GT memegang prinsip gotong royong pada pembiayaan kepada UMKM. Imbal hasil yang dijanjikan untuk Pendana lebih besar daripada deposito atau tabungan konvensional pada umumnya, yaitu hingga mencapai 15.6% per tahun. Hal ini tentu saja menjadi salah satu faktor yang menarik bagi calon *pendana* untuk menanamkan investasinya melalui GT. Pendana bisa mulai mendanai usaha mikro di platform GT dengan mulai dari Rp 50,000 sampai dengan tidak ada batasan maksimal.

Dalam hal ini GT bermitra dengan GT-Trust yang menjadi perwakilan GT untuk melakukan seleksi dan memberikan dampingan kepada *borrower*. GT-Trust merupakan mitra pendamping lokal yang bertujuan untuk membangun sistem kepercayaan antara *pendana* dan *borrower*. Selain itu GT-Trust harus mengadakan pendampingan usaha mikro secara rutin dan juga mengawasi pembayaran angsuran oleh *borrower*. Kegiatan tersebut secara tidak langsung itu akan meningkatkan kepercayaan publik atas pendanaan *crowdfunding* GT.

Untuk menjadi GT-Trust, mitra individu harus memiliki komitmen untuk mendampingi usaha UMKM di lingkungan sekitar. Jiwa sosial yang tinggi dan kemampuan komunikasi yang baik juga menjadi syarat calon mitra GT-Trust untuk membina usaha UMKM dan menjaga kepercayaan kepada *pendana*. Komunikasi menjadi modal penting untuk menjaga kepercayaan antar *stakeholder* di GT. GT-Trust harus memiliki jejaring sosial yang luas dan berupaya untuk membiayai usaha UMKM di lingkungan sekitar.

GT-Trust juga melakukan analisa usaha mikro dengan menggunakan aplikasi GandengTangan, yang dilengkapi dengan *Credit Scoring* untuk menilai kesehatan usaha UMKM yang menerima pinjaman dari *pendana*. *Credit Scoring* dibuat menggunakan teknologi *machine learning* dengan data historis dan model statistik

agar memberikan hasil *credit scoring* yang dinamis. Data historis yang digunakan mulai dari data personal (umur, gender, alamat, jumlah tanggungan, status rumah, kondisi daerah tempat tinggal), data bisnis (sudah berapa lama, jenis bisnis, status tempat usaha, dll), dan data keuangan (pendapatan, biaya, laba, jumlah aset, dll). Perolehan data dilakukan melalui interview dan verifikasi ke tempat tinggal dan tempat usaha dilakukan oleh GT-Trust. Penerapan *credit scoring* ini dimaksudkan untuk meningkatkan faktor keamanan dan memitigasi risiko adanya gagal bayar, dan dimaksudkan untuk memberikan transparansi pada tata kelola GT sehingga dapat menciptakan kepercayaan antar kedua belah pihak.

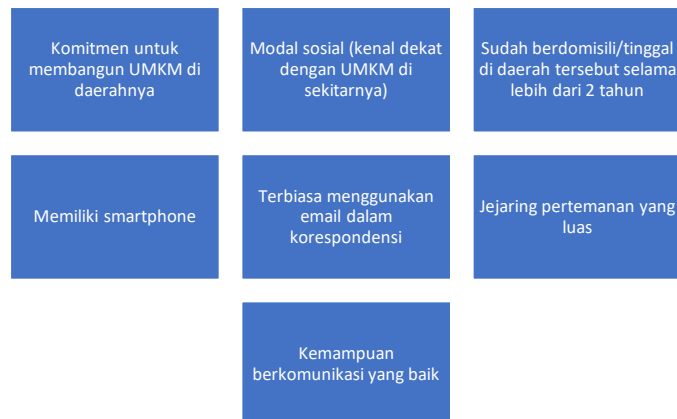
GT-Trust akan mendampingi secara langsung usaha mikro hingga pembiayaan lunas sehingga aman dan dapat dikontrol. Pendampingan yang utama dilakukan adalah monitoring pencatatan pembukuan, dimana pelatihan awal dilakukan oleh tim GT (di rumah GT-Trust) dan selanjutnya monitoring dilanjutkan oleh GT-Trust. Namun tidak terbatas ini saja, GT-Trust boleh melakukan pendampingan materi lain, atau memberikan akses ke pelatihan-pelatihan UMKM lainnya. Karena GT-Trust mengakuisisi pengusaha mikro yang di sekitar tempat tinggalnya, sehingga sangat mudah baginya untuk melakukan visit rutin untuk pendampingan karena lokasi yang berdekatan.

Kemitraan GandengTangan

GT melakukan kemitraan dengan berbagai pihak, seperti individu lokal (warga setempat) dan juga lembaga/institusi/perusahaan seperti distributor, koperasi, asosiasi, bank daerah, dan lain. Mitra GT adalah mitra individu lokal yang disebut GT-Trust. GT-Trust adalah mitra pendamping lokal di lapangan yang berfungsi untuk mengakuisisi wirausaha mikro sebagai peminjam baru, mendampingi wirausaha mikro secara langsung, mulai dari wirausaha mikro tersebut belum mendapatkan pembiayaan, hingga pembiayaannya lunas.

Dalam melakukan kemitraan dengan GT-Trust, pihak GT memiliki tahapan tahapan seleksi mitra yang harus dilalui. GT menyeleksi calon GT-Trust dari mitra lokal dengan formulir aplikasi, tes psikologi dan wawancara untuk mendapatkan profil yang dibutuhkan. Adapun kriteria yang digunakan untuk menseleksi calon mitra GT-Trust dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2. Kriteria GT-Trust



Sumber: Data olahan penulis

Komitmen untuk membangun UMKM di daerahnya menjadi suatu keharusan bagi GT-Trust. Namun komitmen saja tidak cukup, perlu adanya modal dan kemampuan untuk menjalankan komitmen tersebut. Modal utama yang dibutuhkan oleh GT-Trust adalah modal sosial. GT-Trust haruslah orang yang sudah dekat dengan UMKM di sekitarnya, bahkan bila memungkinkan memang sudah melakukan pembinaan pada UMKM tersebut. Bila calon GT-Trust sudah berpengalaman, maka interaksi dengan wirausaha mikro sangat mudah dilakukan. Komunikasi dan kepercayaan yang menjadi modal *crowdfunding* merupakan aspek penting yang menjadi perhatian GT dalam mencari GT-Trust. Hal ini juga menjadi tantangan tersendiri bagi GT untuk mendapatkan GT-Trust yang berkualitas. Berkualitas dalam artian ini adalah GT-Trust yang produktif, bertanggung jawab, dan berintegras.

Dalam melakukan pemetaan sumberdaya kemitraan yang akan dilakukan, GT melihat potensi yang dimiliki dari GT-Trust. GT melihat bahwa GT-Trust adalah individu yang tinggal di wilayahnya masing masing. Hal ini berarti GT-Trust memiliki peta jejaring lokal/modal sosial yang baik. Selain itu tentu saja GT-Trust harus berkeinginan untuk membantu dalam bentuk waktu dan tenaga kepada pada peminjam (*borrower*) serta memiliki pengalaman di dalam memberikan pendampingan. Dari pihak GT menawarkan tambahan pendapatan, berupa komisi & bonus kepada GT-Trust. Pada saat pendaftaran calon GT-Trust tidak memerlukan modal awal. Selain itu, GT memberikan training awal saat mitra baru bergabung pertama kali, mengenai *product knowledge*, cara menggunakan aplikasi/teknologi, serta cara melakukan pendampingan yang efektif ke wirausaha mikro. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan GT-Trust. Benefit lainnya yang ditawarkan oleh tim GT adalah kesempatan untuk mendapatkan eksposur media, memperluas jejaring sosial dan wadah untuk bekerja membangun UMKM setempat.

GT perlu bermitra karena ini sebagai bentuk manajemen risiko untuk dapat memonitor dan mengontrol para wirausaha mikro di lapangan. Kemitraan pun dilakukan agar dapat berkolaborasi dan memberdayakan warga lokal yang

berpotensi sehingga bisa mendapatkan tambahan pendapatan. Selain itu, dari sudut pandang bisnis, kemitraan dengan warga lokal pun lebih efektif dan efisien, untuk dapat bisa diterima oleh masyarakat setempat.

Salah satu mitra GT-Trust yang penulis wawancarai bernama Nur Fatimah. Beliau adalah guru SD yang berusia 41 Tahun. Saat ini Nur Fatimah sudah bergabung sebagai GT-Trust selama 24 Bulan. Beliau mengatakan salah satu motivasi awal untuk bergabung menjadi GT-Trust adalah karena beliau memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun dalam mendampingi UMKM. Dari pengalaman tersebut kepedulian Nur Fatimah untuk membantu para pelaku UMKM untuk terus tumbuh dan berkembang. Kepedulian tersebut semakin kuat ketika melihat di lingkungan sekitar Nur Fatimah yang banyak usaha kecil yang perlu bantuan baik dalam aspek modal dan pelatihan.

Bagi Nur Fatimah terdapat faktor-faktor yang diperhitungkan untuk menjadi seorang GT-Trust. Faktor pertama adalah hal ini dapat mengembangkan UMKM di sekitar tempat tinggalnya. Faktor kedua, pekerjaan GT-Trust dapat dikerjakan pada saat waktu luang karena pekerjaan utama Nur Fatimah adalah sebagai guru SD. Faktor ketiga adalah kedekatan antara pengurus atau staff kantor GT dengan GT-Trust sehingga dapat diajak komunikasi dan tidak ada jarak antara staff dan mitra di lapangan. Faktor keempat adalah komisi dan kompensasi bagi seorang GT-Trust yang cukup untuk menunjang kegiatan Nur Fatimah. Faktor kelima adalah karena sistem GT saat ini sangat transparan. Semua kegiatan pembiayaan dan pendanaan dapat di monitor di *dashboard* GT-Trust. Faktor keenam adalah GT juga sering mengajak GT-Trust untuk tampil atau diliput oleh media. Hal-hal tersebut yang membuat Nur Fatimah merasa nyaman dan kerasan menjadi mitra GT-Trust.

Peran dan tugas masing masing mitra pun dibuat jelas kepada masing masing pihak, yang dipaparkan dalam kontrak perjanjian. GT-Trust fokus pada pencarian dan mendapatkan wirausaha mikro yang layak untuk diberikan pendanaan, serta melakukan pendampingan dan pertemuan rutin dengan wirausaha mikro untuk memonitor pengembalian pinjaman. Sedangkan GT fokus mengembangkan sistem teknologi agar dapat lebih mudah digunakan oleh GT-Trust, dan mengembangkan sistem *credit scoring* agar dapat semakin akurat dalam menilai calon peminjam yang layak.

Manajemen kemitraan diterapkan pada model kemitraan ini. Setiap GT-Trust memiliki akun dan *dashboard* untuk memonitor aktifitas selama kemitraan berlangsung. *Dashboard* tersebut menampilkan proses pengajuan pembiayaan, komisi dan bonus yang didapatkan, serta jumlah UMKM yang mengalami keterlambatan. Untuk menjaga transparansi, ketepatan, dan kecepatan, beberapa keputusan yang dihasilkan dalam menentukan proses dan komisi yang didapatkan secara otomatis ditentukan oleh system online yang dimiliki oleh platform GT.

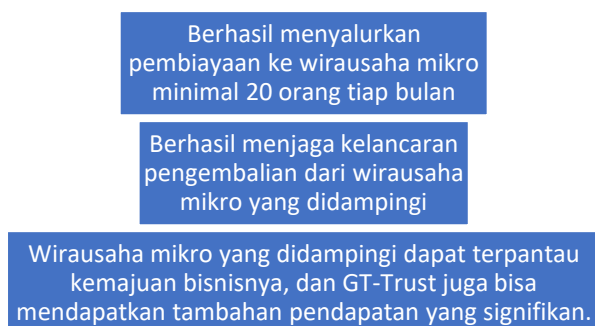
GT pun terus mengembangkan sistem *credit scoring* sehingga dapat mengurangi risiko keterlambatan pembayaran UMKM. Selain itu tantangan selanjutnya bagi Nur Fatimah adalah penggunaan *dashboard* untuk input data UMKM yang akan didampingi. Pada awalnya proses ini dimulai dengan cara

manual. Namun perubahan sudah dilakukan dari pihak GT untuk beralih ke sistem online, yang dapat mempermudah mitra GT-Trust pada proses input data.

Faktor komunikasi merupakan aspek yang penting di dalam program kemitraan. Untuk itu, GT memiliki seorang GT-Trust Manager yang didedikasikan untuk memonitor kinerja para GT-Trust dan melakukan *regular visit* ke area GT-Trust. Selain itu, tim GT juga memiliki *group chat* yang berisi tim GT dan seluruh GT-Trust, sehingga apabila ada kendala dan pertanyaan, langsung bisa dikomunikasikan di *group chat* tersebut. Dengan membuat *group chat* diharapkan faktor komunikasi tidak menjadi hambatan dalam kegiatan kemitraan.

Untuk menjaga peran kemitraan bagi mitra GT-Trust, Nur Fatimah memaparkan beberapa poin. Pertama, setiap keluhan dan kebutuhan yang dialami oleh GT-Trust disampaikan secara langsung. Kedua, berhati-hati dalam menyeleksi UMKM yang akan mendapatkan pembiayaan dari platform GT. Ketiga, melakukan pendampingan secara rutin kepada UMKM yang telah mendapatkan pembiayaan sehingga tantangan dan perkembangan masing-masing UMKM dapat diketahui secara langsung.

Gambar 3. kriteria kesuksesan yang program kemitraan



Sumber: Data olahan penulis

Ukuran dan kriteria sukses untuk kemitraan ini adalah ketika masing-masing pihak, baik GT dan GT-Trust, melakukan hak dan kewajibannya serta berhasil untuk mencapai goal dari kerjasama ini. Gambar 3. menjelaskan kriteria kesuksesan yang program kemitraan yang dijalankan oleh GT dan GT-Trust.

a. Teori dan Observasi Tentang Definisi dan Penjelasan Crowdfunding

Berdasarkan observasi dan wawancara, dapat dilihat bahwa aktivitas GT adalah memfasilitasi pendanaan sebuah usaha mikro dengan menghubungkannya ke sumber pendanaan dari sejumlah individu yang bersedia menjadi pendana dengan imbal hasil melalui internet. Hal ini sesuai dengan pengertian *Crowdfunding* yang dinyatakan oleh Lambert & Schwiendbacher (2010).

Tiga hal penting yang harus ada pada *Crowdfunding* menurut Ramsey (2012), yakni adanya proyek atau bisnis yang akan didanai, adanya investor

(*pendana/backers/supporters*) yang akan mendanai, dan adanya internet yang menghubungkan antara *investor* dan pengusaha yang akan didanai, semuanya terpenuhi dalam aktivitas bisnis GT.

b. Teori dan Observasi Tentang Motivasi Pengguna Berpartisipasi dalam Crowdfunding

Berdasarkan wawancara dengan tim GT, dari segi motivasi dan insentif pengguna Gandengtangan, ada beberapa hal yang sesuai dengan teori, ada pula yang tidak. Pencari dana (*fundraisers*) di Gandengtangan adalah para wirausaha mikro yang sulit mendapatkan akses pendanaan dari lembaga keuangan tradisional, seperti perbankan, karena sebagian besar tidak memiliki jaminan dan riwayat kredit. Maka motivasi utama pencari dana (*fundraisers*) di Gandengtangan sesuai dengan teori yaitu mampu memperoleh dana melalui saluran-saluran non-tradisional, dimana tidak membutuhkan jaminan dan persyaratan yang tidak terlalu rumit. Pencari dana (*fundraisers*) juga menganggap mereka bisa mendapatkan pendanaan dengan bunga dan biaya yang jauh lebih murah dibandingkan meminjam dengan bank keliling atau rentenir yang ada di sekitar tempat usahanya. Keuntungan *non-finansial* menurut (European Commission, 2015) yang mengatakan bila mereka sukses dalam *platform crowdfunding*, maka kemungkinan dilirik oleh saluran kredit tradisional seperti perbankan, karena dianggap proyeknya telah dapat menarik *investor*, sehingga menarik untuk didanai, hal ini terjadi dalam platform GT, dimana para usaha mikro bisa membangun kredibilitas riwayat kreditnya di GT untuk akhirnya bisa menjadi usaha yang *bankable*.

Motivasi pencari dana (*fundraisers*) di GT yang kurang sesuai dengan teori adalah pencari dana (*fundraisers*) di GT tidak menganggap *crowdfunding* sebagai kesempatan untuk membuat ide atau proyek dikenal secara luas ataupun untuk melakukan tes pasar, mengingat target segmen pencari dana (*fundraisers*) di Gandengtangan adalah wirausaha mikro dengan model bisnis umum seperti kios sembako, warung kuliner, dan pedagang keliling.

Motivasi dari sebagian besar pendana di platform Gandengtangan adalah adanya perasaan bahwa mereka telah ikut berkontribusi terhadap sesuatu yang memiliki misi penting dalam masyarakat, yaitu inklusi keuangan. Hal ini sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa motif utama pendana yang berlaku bagi semua model *crowdfunding*, adalah bukan *reward*, tetapi adanya keterlibatan emosional terhadap project yang ingin didukung. Namun, sebagian lainnya juga tetap menjadikan *reward* yaitu imbal hasil keuangan sebagai motivasi untuk berpartisipasi dalam platform GT.

c. Teori dan Observasi Tentang Risiko Pengguna Berpartisipasi dalam Crowdfunding

Berdasarkan teori yang mengatakan bahwa risiko yang dihadapi oleh pencari dana (*fundraisers*) adalah ketiga hal ini:

1. Risiko bahwa mereka tidak sukses dalam mendapatkan dana
2. Risiko adanya plagiarisme intelektual properti karena projek dipublikasikan ke publik.
3. Risiko kurangnya pengetahuan dan pengalaman mereka dalam menggunakan *crowdfunding*.

Yang terjadi pada pencari dana (*fundraisers*) GT adalah risiko nomor satu dan tiga. Adanya risiko tidak sukses mendapatkan dana bisa terjadi di platform GT. Cara memitigasi risiko ini terjadi, adalah dengan memberikan tambahan waktu untuk menggalang dana hingga berhasil terdandai seluruhnya. Risiko ketiga pun bisa terjadi karena kurangnya pengetahuan dari para pengusaha mikro tersebut. Oleh karena itu GT menghadirkan seorang GT-Trust yang bisa membantu dan mendampingi dalam menentukan kebutuhan dana yang mampu dikembalikan oleh pencari dana (*fundraisers*). Risiko kedua tidak dihadapi oleh pencari dana (*fundraisers*) di GT, karena target segmen menasar ke usaha mikro dimana bentuk model bisnisnya sangat umum dan sudah diketahuin khalayak banyak.

Risiko-risiko tersebut dapat terjadi pada pendana di GT. Namun risiko tersebut dapat teratasi dengan:

1. Adanya regulasi OJK yang mengatur dan mengawasi kegiatan operasional GT sebagai platform *Peer-to-Peer Lending*, sehingga mempersempit ruang gerak untuk melakukan aktivitas penipuan (*fraud*), pencurian data, pencucian uang, dan pembiayaan terorisme, juga kejahatan terhadap proteksi data.
2. Adanya SOP (*Standard Operating Procedures*) perusahaan yang mengatur Tata Kelola Perusahaan, cara mitigasi resiko kredit gagal bayar, perlindungan data, dan penanganan pencucian uang, dan pembiayaan terorisme.
3. Adanya sistem *Credit Scoring* yang menggunakan teknologi *machine learning*, prosedur Restrukturisasi, unit Collection, serta kerjasama dengan perusahaan asuransi kredit mikro yang bisa mencegah dan menangani risiko gagal bayar.

Risiko likuiditas tidak dialami oleh pendana di platform GT, karena pendanaan atau investasi di Gandengtangan menggunakan tenor yang singkat, maksimal satu tahun, dengan pembayaran angsuran mingguan hingga bulanan.

d. Teori dan Observasi Tentang Kemitraan dalam *Crowdfunding*

Berdasarkan teori Wassmer, Pain, & Paquin, (2017) yang merumuskan tiga hal yang dicari dari perusahaan dalam kemitraan, yakni mencari inovasi, mencari legitimasi, dan mempengaruhi kebijakan. Dalam kasus GT, kemitraan yang terjadi dengan GT-Trust adalah untuk mencari inovasi dan legitimasi. Inovasi dalam strategi dan proses operasional dengan menggandeng mitra individu lokal adalah cara yang ditempuh oleh GT untuk mendapatkan hasil yang lebih efektif dan efisien. Inovasi ini dapat lebih mudah untuk direplikasikan ke daerah-daerah lain dengan mencari mitra lokal di daerah-daerah baru. Bermitra dengan GT-Trust juga dimaksudkan untuk membangun legitimasi, yaitu memperoleh dukungan dari sisi sosial, dimana kehadiran GT-Trust di tengah masyarakat akan lebih mudah diterima

karena sudah ada interaksi sosial yang lebih dulu terbangun. Untuk GT-Trust, ada keuntungan yang didapat yaitu mendapatkan penghasilan tambahan, pelatihan kapasitas diri, eksposur media, dan jejaring sosial yang lebih luas.

SIMPULAN DAN SARAN

Crowdfunding ternyata memiliki pengertian yang luas, oleh karenanya model *crowdfunding* pun beragam, yang intinya dapat dibagi menjadi yang menetapkan imbalan dan yang tidak. Pada masing-masing, juga terdapat berbagai bentuk. GandengTangan adalah *crowdfunding* yang menetapkan imbalan finansial dan berbentuk *Peer-to-Peer Lending*.

Motivasi pada *Crowdfunding* juga dapat ditinjau dari berbagai sisi, yakni sisi penyelenggara, sisi pendana, dan sisi pencari dana. Pada kasus GandengTangan, motif penyelenggara terlihat jelas, untuk membantu mengurangi kemiskinan dengan cara menjembatani penyaluran dana dari pendana kepada UMKM yang tidak memiliki akses terhadap perbankan. Motivasi pencari dana sesuai dengan teori yaitu mendapatkan sumber pendanaan dari saluran non-tradisional dan mendapatkan pendanaan dengan biaya dan bunga yang lebih murah dibandingkan pilihan yang mereka miliki saat ini, yaitu rentenir atau bank keliling. Sedangkan motivasi sebagai pendana di Gandengtangan adalah untuk terlibat ikut berkontribusi terhadap sesuatu yang memiliki misi penting, selain juga termotivasi dengan adanya *reward* imbal hasil finansial yang ditawarkan.

Risiko *crowdfunding* yang dirasakan oleh pencari dana (*fundraisers*) di Gandengtangan yang sesuai dengan teori adalah: 1) Risiko bahwa mereka tidak sukses dalam mendapatkan dana, dan 2) Risiko kurangnya pengetahuan dan pengalaman mereka dalam mengelola *crowdfunding*. Risiko adanya plagiarisme intelektual properti karena proyek dipublikasikan tidak dihadapi oleh pencari dana (*fundraisers*) di Gandengtangan, karena target segmen menyasar ke usaha mikro dimana bentuk model bisnisnya sangat umum dan sudah diketahui khalayak banyak.

Berkaitan dengan *asimetrik information*, belum dilakukan eksplorasi lebih dalam dalam penelitian ini, karena penulis belum menjangkau pada pendana dan penerima dana. Tetapi dengan mitra, ditemukan tidak dirasakan *asimetrik information* tersebut, karena tata kelola dalam GT cukup transparan. Berkaitan dengan pasar, hingga saat ini masih terbuka luas kesempatan bagi *crowdfunding* di Indonesia, mengingat kebutuhan akan pendanaan dikalangan UMKM yang tidak mendapatkan akses layanan perbankan masih cukup tinggi.

Kemitraan antara Gandengtangan dan GT-Trust adalah sebuah kolaborasi antar pihak dalam berinteraksi mendukung sinergi sebuah aktivitas yang saling menguntungkan. Kemitraan yang terjadi dengan GT-Trust adalah untuk mencari inovasi dan legitimasi. Inovasi dalam strategi dan proses operasional dengan menggandeng mitra individu lokal untuk mendapatkan hasil yang lebih efektif dan efisien. Bermitra dengan GT-Trust juga dimaksudkan untuk membangun legitimasi, yaitu memperoleh dukungan dari sisi sosial, dimana kehadiran GT-Trust

di tengah masyarakat akan lebih mudah diterima karena sudah ada interaksi sosial yang lebih dulu terbangun.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2017, 2 Maret). Kepadatan Penduduk menurut Provinsi, 2000-2015. Diambil dari <https://www.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab3>
- Cunningham, William Michael. (2016). *The Jobs Act: Crowdfunding guide to small businesses and startups second edition*.
- De Busyere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R., & Marom, D. (2012). *A Framework for European crowdfunding*, . www.crowdfundingframework.eu.
- European Commission. (2015). *Crowdfunding*. Retrieved from <http://ec.europa.eu/growth/access-to-finance>.
- Fintech Singapore. (2018, Mei). *Indonesia Fintech Landscape Report*. Diambil dari <https://fintechnews.sg>
- GandengTangan. (2018, 11 22). *GandengTangan*. Retrieved from <https://gandengtangan.org/>
- Gerber, E., & Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transaction on Computer-Human, 20(6)*, Article 34.
- Gouillart, F. (2014). The race of implement co-creation of value with stakeholders: five approaches to competitive advantage. *Strategy and Leadership, 42*, 2-8.
- Howe, J. (2006, June). *Crowdsourcing: A definition*. www.crowdsourcing.com.
- Kirby, E., & Worner, S. (2014). *Crowd-funding: An infant industry growing fast*. IOSCO Staff Working Paper SWP3.
- Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2010, March). *An Empirical Analysis of Crowdfunding*. www.crowdsourcing.org.
- Pichler, F., & Tezzza, I. (2016). Crowding as a New Phenomenon: Origins, Features and Literature Review. In R. Bottigla, & F. Pichler, *Crowdfunding for SMEs: A European Perspective* (pp. 5-44). London: Palgrave Macmillan.
- Putra, Dwi Aditya. (2018, 6 Juli). *UMKM Sumbang 60 Persen ke Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Diambil dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3581067/umkm-sumbang-60-persen-ke-pertumbuhan-ekonomi-nasional>

- Ramsey, Y. (2012, November). What the heck is crowdfunding? *Business People*, 54-57.
- Sanusi. (2018, 27 Agustus). Kemenkop: Pinjaman Online Permudah Akses Pembiayaan Bagi Pebisnis UMKM. Diambil dari <http://www.tribunnews.com/bisnis/2018/08/27/kemenkop-pinjaman-online-permudah-akses-pembiayaan-bagi-pebisnis-umkm?page=2>.
- Sugianto, Danang. (2018, 4 Juli). Kapan UMKM Dikenakan PPh Final 0,5%? Ini Kata Ditjen Pajak. Diambil dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4097538/kapan-umkm-dikenakan-pph-final-05-ini-kata-ditjen-pajak>
- Surowiejcki, J. (2004). *The Wisdom of crowds*. New York: Anchor Books.
- Trochim, W., & Donnelly, J. (2008). *The Research Method Knowledge Base*. Mason: Cengage Learning.
- Yin, R. (2003). *Case Study Research-Design Methods*. California: Sage Publication Inc.