

Crowdfunding sebagai Alternatif Pembiayaan Pembangunan Properti dalam Manajemen Bencana

Wisudanto¹⁾, Narendro Bawono Cahyolaksone²⁾, Pramaditya Ardiyanto³⁾ Mohamad Nur Kholiq⁴⁾

¹⁾Manajemen, Universitas Airlangga

^{2,3)}Manajemen Teknologi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember

⁴⁾Pusat Pengelolaan Dana Sosial, Universitas Airlangga

^{1,4)}Jl. Mayjen Prof. Dr. Moestopo 47, Surabaya, kodepos 60131

^{2,3)}Jl. Teknik Kimia, Keputih, Surabaya, Jawa Timur 60111

E-mail: wisudanto@feb.unair.ac.id¹⁾, narendro.bawono@gmail.com²⁾, ardiyanto.pramaditya@gmail.com³⁾, nkholiq02@gmail.com⁴⁾

ABSTRAK

Crowdfunding adalah proses penggalangan dana secara kolektif, di mana sejumlah besar orang memberikan kontribusi dana untuk mendukung suatu proyek, produk, layanan, atau tujuan tertentu. *Crowdfunding* memanfaatkan platform digital sebagai alat untuk menghubungkan penggalang dana dengan para pemberi dana. Pengumpulan dana dari beberapa individu atau kelompok kemudian ditransfer ke sebuah platform sebagai perusahaan penggalangan dana sesuai perkembangan zaman di masa industri 4.0 saat ini. *Crowdfunding* untuk bencana alam telah muncul sebagai alat yang efektif untuk mengumpulkan dana bagi upaya pemulihan pasca terjadinya bencana melalui kegiatan-kegiatan sosial. Industri *Crowdfunding* telah mengubah cara orang dari yang awal mulanya konsumtif menjadi lebih produktif, sehingga memudahkan para donatur untuk terhubung dengan tujuan yang bermakna dan mulia. Negara Indonesia sendiri merupakan negara dengan peringkat pertama paling dermawan tahun 2024 berdasarkan *World Giving Index* Tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah *Crowdfunding* dapat menjadi alternatif pendanaan pembangunan properti dalam manajemen bencana serta mengidentifikasi peluang *Crowdfunding* sebagai solusi pendanaan yang inovatif dan inklusif. Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah studi deskriptif dan studi literatur. Hasil dari studi ini adalah menyimpulkan bahwa *Crowdfunding* memiliki potensi besar sebagai alternatif pembiayaan sosial dalam pembangunan properti di wilayah terdampak bencana, sekaligus memberikan solusi bagi masyarakat untuk terlibat secara aktif dalam proses rehabilitasi dan rekonstruksi pascabencana melalui skema *Crowdfunding*.

Kata Kunci: *Crowdfunding, Manajemen Bencana, Alternatif Pembiayaan Sosial*

Crowdfunding as an Alternative to Property Development Financing in Disaster Management

ABSTRACT

Crowdfunding is a collective fundraising process where a large number of people contribute funds to support a specific project, product, service, or cause. It utilizes digital platforms to connect fundraisers with funders, enabling the collection and distribution of funds in line with the advancements of the Industry 4.0 era. In particular, crowdfunding for natural disasters has proven to be an effective tool for raising funds to support post-disaster recovery efforts through social initiatives. This innovative approach has shifted societal behavior from being primarily consumptive to more productive, making it easier for donors to connect with meaningful and noble causes. Indonesia ranks as the most generous country in the 2024 *World Giving Index*, highlighting its strong culture of giving. This research aims to analyze whether crowdfunding can serve as an alternative funding mechanism for property development in disaster management and to identify its opportunities as an innovative and inclusive funding solution. The research methodology includes descriptive and literature studies. The findings conclude that crowdfunding holds significant potential as a social financing alternative for property development in disaster-affected areas. Moreover, it provides a platform for community engagement, enabling active participation in the post-disaster rehabilitation and reconstruction process through crowdfunding schemes.

Keywords: *Crowdfunding, Disaster Management, Alternative Social Finance*

1. PENDAHULUAN

Terminologi “*Crowdfunding*” pertama kali digagaskan oleh Michael Sullivan, seorang ahli eksperimen digital (*digital experimenter*), pada tahun 2006. Saat itu, Sullivan sedang meluncurkan proyek portal videoblog yang diberi nama “fundavlog”. Proyek ini memiliki skema pendanaan sederhana berbasis web yang dideskripsikan sebagai “pendanaan berdasarkan timbal-balik (*reciprocity*), transparansi, kepentingan bersama (*shared-interest*) dan, di atas semuanya, berasal dari khalayak masyarakat” (Gobble, 2012). Tiga tahun setelahnya, terminologi ini baru dikenal luas dan digunakan oleh media Amerika setelah keberhasilan Kickstarter.com pada tahun 2009.

Terminologi *Crowdfunding* belum secara baku diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia ditandai dengan belum dimilikinya padanan kata ini dalam Bahasa Indonesia. Dalam portal *Crowdfunding* Patungan.net, *Crowdfunding* diterjemahkan sebagai “pendanaan oleh khalayak” sedangkan situs Patungan.net memilih untuk menerjemahkan *Crowdfunding* sebagai “urun daya”. Mengacu pada konsep Sullivan pada sub bab 2.1.3.1, maka *Crowdfunding* atau pendanaan oleh khalayak atau urun daya dapat diartikan sebagai suatu inisiatif pengumpulan dana yang diajukan oleh individu/tim/organisasi/entitas untuk mewujudkan suatu proyek. Ciri khas dari *Crowdfunding* adalah pengumpulan dana bernominal kecil hingga sedang dari banyak orang untuk suatu kepentingan yang umumnya menarik hati banyak orang (Ordanini, 2009). Pengertian yang kurang lebih sama juga disampaikan oleh Barrette (2011) yang mendefinisikan *Crowdfunding* sebagai pendekatan keuangan kolektif yang memungkinkan individu-individu mengumpulkan sumberdaya yang dimiliki untuk mendanai suatu proyek yang diminati. Disamping definisi yang bersifat umum sebagaimana di atas, terdapat peneliti dan praktisi yang mendefinisikan *Crowdfunding* ke dalam perspektif yang lebih spesifik, yaitu melihat *Crowdfunding* terutama sebagai produk dari kemajuan teknologi Web 2.0 dan media sosial. Definisi yang lebih spesifik ini disebut sebagai working definition, atau definisi yang berkembang pada suatu fenomena baru, yang umumnya diajarkan oleh peneliti ataupun praktisi. Penelitian Hemer (2011), merekomendasikan definisi Lambert/Schwienbacher (2010) terhadap *Crowdfunding*, yaitu “*Crowdfunding involves an open call, essentially through the Internet, for the provision of financial resources either in form of donations (without rewards) or in ex-change for some form of reward and/or voting rights in order to support initiatives for specific purposes.*”

Bisnis properti adalah suatu kegiatan usaha atau bisnis yang dilakukan oleh perorangan atau perusahaan yang bergerak di bidang kepemilikan properti yang dapat dijadikan sebuah aset, sebagai contoh tanah, rumah, bangunan, dan sarana prasarana lainnya. Keadaan kali ini harga tanah di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya. Dikarenakannya kenaikan harga tanah berbanding lurus dengan kenaikan harga rumah di

Indonesia. Kebutuhan masyarakat terhadap rumah pun meningkat.

Sekuritas adalah surat utang yang dapat dicairkan menjadi uang atau kas dengan cepat. Sifatnya yang likuid membuat sekuritas dapat ditransaksikan atau dijual dengan cepat. Sekuritas juga diartikan sebagai bentuk kepemilikan atas aset atau kekayaan dari perusahaan yang menerbitkan sekuritas. *Crowdfunding* merupakan salah satu contoh dari sekuritas. *Crowdfunding* merupakan sarana pada saat ini yang sedang dikembangkan para pebisnis di Indonesia. *Crowdfunding* properti adalah cara untuk mengumpulkan dana investasi bersama. Pengumpulan dana dari beberapa individu atau kelompok kemudian ditransfer ke sebuah platform sebagai perusahaan penggalangan dana investasi. Diharapkan dengan adanya *Crowdfunding* dapat menyediakan properti yang sesuai untuk masyarakat Indonesia.

Investasi merupakan langkah awal kegiatan produksi. Dengan posisi tersebut, investasi pada hakekatnya juga merupakan langkah awal kegiatan pembangunan ekonomi. Dinamika penanaman modal mempengaruhi tinggi rendahnya pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Oleh karenanya, dalam upaya menumbuhkan perekonomian, setiap negara senantiasa berusaha menciptakan iklim yang dapat menggairahkan investasi. Sebagai penyangga pertumbuhan ekonomi, perkembangan investasi di Indonesia menunjukkan keadaan yang menggembirakan. Pada tahun 2007, total investasi di Indonesia mencapai Rp 983,9 trilyun (atas dasar harga berlaku). Angka ini hampir tujuh belas kali lipat dibandingkan investasi pada tahun 1990 yang sebesar Rp 58,9 trilyun. Investasi tersebut dilakukan baik oleh pemerintah maupun masyarakat/swasta. Meskipun demikian, peranan investasi pemerintah relatif kecil. Dari total investasi pada tahun 2007, hanya 12,75 persen (Rp 125,4 trilyun) yang merupakan investasi pemerintah, sedangkan sebagian besar lainnya (87,25 persen atau Rp 858,5 trilyun) merupakan investasi masyarakat. Selain itu, jika dilihat selama periode 1990 – 2007, perkembangan investasi pemerintah juga relatif lebih lambat dibandingkan investasi masyarakat. Total investasi masyarakat pada tahun 2007 hampir dua puluh dua kali lipat dibandingkan investasi masyarakat pada tahun 1990, sedangkan investasi pemerintah tahun 2007 hanya sekitar enam kali lipat dibandingkan keadaan tahun 1990.

Investasi properti adalah pembelian properti real estate yang ditujukan untuk mendapatkan *return of investment* (ROI), baik melalui sewa, penjualan kembali atau gabungan dari kedua faktor tersebut. Amir (2013) investasi properti terdiri dari tanah dan Bangunan. Keunggulan dari properti tanah adalah return yang cukup besar, biaya pemeliharaan yang murah, dan tidak memerlukan asuransi. Sedangkan investasi bangunan memiliki keunggulan lebih likuid, lebih mudah dijadikan jaminan, dan memiliki nilai tambah jika disewakan.

Menurut Hollis and Sweetman, 2011 dalam (Hobbs et al., 2016) *Crowdfunding* dalam banyak hal bukan ide yang baru. Hal tersebut, dapat ditelusuri kembali pada tahun

1700-an melalui konsep keuangan mikro. Salah satu contoh yang menonjol adalah Dana Pinjaman Irlandia, yang diprakarsai oleh Jonathan Swift untuk memberikan kredit kepada kaum miskin di negara itu di mana lebih dari 20% dari semua rumah tangga Irlandia memegang Dana Pinjaman Irlandia. Konsep Pinjaman tersebut memperoleh popularitas dan memuncak pada tahun 1800-an Svobodov, (2016). Adanya transformasi dari konsep *micro finance* dan konsep *crowdsourcing* lewat internet melahirkan konsep *Crowdfunding*. *Crowdfunding* didefinisikan sebagai suatu proyek pendanaan didasarkan pada pengumpulan dana dalam jumlah banyak atau sedikit guna peningkatan modal dari suatu inisiatif atau ide melalui internet (Belt, B., C. Brummer, 2012), tidak terkecuali *Crowdfunding* untuk kepentingan bencana alam.

2. RUANG LINGKUP

Dalam penelitian ini rumusan masalah pada penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

1. Apakah *Crowdfunding* dapat menjadi alternatif pembiayaan sosial dalam pembangunan properti di wilayah terdampak bencana di Indonesia?
2. Bagaimana potensi *Crowdfunding* sebagai alternatif pembiayaan sosial dalam pembangunan properti dalam konteks manajemen bencana di Indonesia?

3. BAHAN DAN METODE

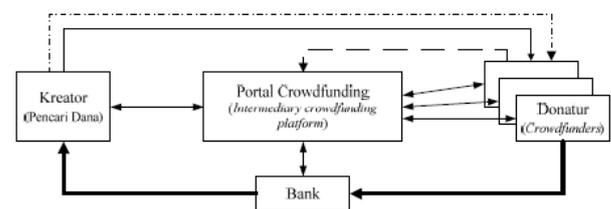
Bahan dan metode yang digunakan dalam penelitian mengenai crowdfunding sebagai alternatif pembiayaan pembangunan properti dalam konteks manajemen bencana.

Metode yang digunakan mencakup studi deskriptif dan studi literatur. Studi deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang mekanisme crowdfunding, termasuk aktor-aktor yang terlibat dan proses pengumpulan dana. Sementara itu, studi literatur akan mengkaji berbagai sumber ilmiah dan artikel media untuk mendukung analisis mengenai peluang investasi properti melalui crowdfunding. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai efektivitas crowdfunding sebagai alternatif pembiayaan sosial dalam pembangunan properti di Indonesia.

3.1 Mekanisme Crowdfunding Secara Umum

Aktor utama dalam mekanisme *Crowdfunding* adalah individu pencari dana, portal *Crowdfunding* sebagai penghubung (*intermediary*), dan masyarakat sebagai donatur (Rahmawati et al., 2024). Proses *Crowdfunding* dimulai dengan individu pencari dana melakukan registrasi pada portal *Crowdfunding* secara online. Setelah melakukan registrasi, pencari dana mengajukan proposal kepada portal *Crowdfunding*. Portal *Crowdfunding* bersama dengan melakukan seleksi atas proposal yang dikirimkan. Apabila diterima, maka proyek akan ditampilkan pada halaman portal dan individu pencari dana tersebut dinamakan kreator. Selama periode proyek

tersebut ditampilkan pada halaman portal *Crowdfunding* (umumnya antara 30-90 hari), baik pihak portal *Crowdfunding* dan kreator melakukan kampanye dan sosialisasi melalui media sosial. Masyarakat yang tertarik dapat berpartisipasi dengan menjadi donatur. Dana kemudian dikirimkan dengan cara transfer bank ke rekening milik portal *Crowdfunding*. Metode penyaluran dana pada *Crowdfunding* di Indonesia baru mengenal dan memanfaatkan metode transfer bank. Apabila target dana terkumpul, maka dana akan ditransfer oleh portal *Crowdfunding* kepada kreator proyek dan sebaliknya, bila dana tidak mencapai target, maka akan dikembalikan kepada donatur atau donatur diberikan pilihan untuk mengalihkan dana kepada proyek lain yang juga sedang ditampilkan pada halaman portal *Crowdfunding*. Gambar 1 menunjukkan mekanisme *Crowdfunding*.



Gambar 1. Mekanisme Crowdfunding
Figure 1. Crowdfunding Mechanism

3.2 Metode Deskriptif

Metode penelitian deskriptif digunakan dalam artikel ini untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi tentang pembiayaan infrastruktur melalui *Crowdfunding*. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan kejadian-kejadian atau situasi-situasi tanpa perlu mengetahui hubungan, pengujian hipotesis, peramalan dan mendapatkan implikasi dan pemaknaan Suryabrata, (2000).

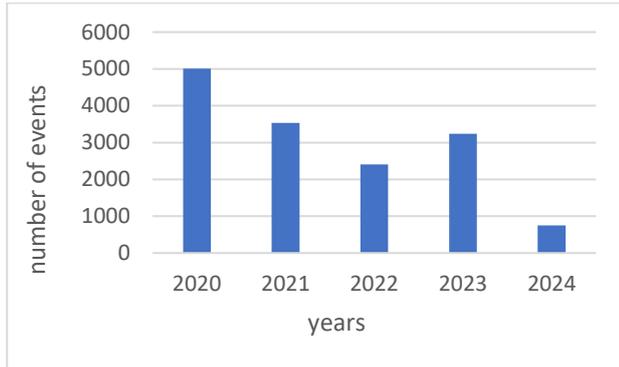
Tahapan dalam penelitian deskriptif terdiri dari dua tahap. Pertama dengan melakukan *searching website platform crowdfunding* properti di Indonesia. Dari hasil pencarian melalui *search engine* didapatkan beberapa platform yang sudah listing di Indonesia (Alfial et al., 2024). Tahap kedua adalah menganalisa konten dari platform tersebut untuk mendapatkan gambaran pembiayaan properti di Indonesia baik secara sistem pembiayaan, jenis investasi, dana yang dihimpun, dan harga perlot saham.

3.3 Studi Literatur

Penelitian ini menggunakan studi literatur untuk mengungkap potensi investasi properti yang mungkin dapat dibiayai melalui *Crowdfunding*. Studi ini mengungkap peluang tersebut dari sudut pandang literatur yang ada yaitu melalui artikel-artikel ilmiah sebagai penunjang bukti teoritis dan artikel media massa sebagai bukti empiris Wisudanto & Arifin (2017).

Studi literatur atau *literature review* adalah ringkasan dari bidang subjek yang menunjang identifikasi pada rumusan masalah penelitian yang spesifik. Literatur

mengevaluasi berbagai sumber seperti buku, artikel ilmiah akademik atau profesional, ataupun sumber berbasis web (Rawley and Slack, 2004). Penelitian ini menggunakan studi literatur untuk mengungkap potensi investasi properti yang mungkin dapat dibiayai melalui *Crowdfunding*. Studi ini mengungkap peluang tersebut dari sudut pandang literatur yang ada yaitu melalui artikel-artikel ilmiah sebagai penunjang bukti teoritis dan artikel media massa sebagai bukti empiris Wisudanto & Arifin (2017).



Gambar 2. Jumlah Bencana di Indonesia Periode 2020-2023

Figure 2. Number of Disasters in Indonesia 2020-2023

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) mencatat total 14.930 kejadian bencana di Indonesia, dengan jumlah korban mencapai 12.988.781 orang, termasuk 1.273 korban meninggal dunia. Pada paruh pertama tahun 2024, telah terjadi 751 bencana dengan tanah longsor sebagai kejadian terbanyak (249 kejadian) dan letusan gunung api sebagai yang paling sedikit (1 kejadian). Maret menjadi bulan dengan jumlah bencana tertinggi (187 kejadian), sementara Juni mencatatkan jumlah terendah (38 kejadian). Sebanyak 198.312 orang terdampak bencana di tahun ini, dengan 154.106 di antaranya harus mengungsi. Fasilitas yang paling banyak mengalami kerusakan adalah rumah, dengan total 2.179 kerusakan.

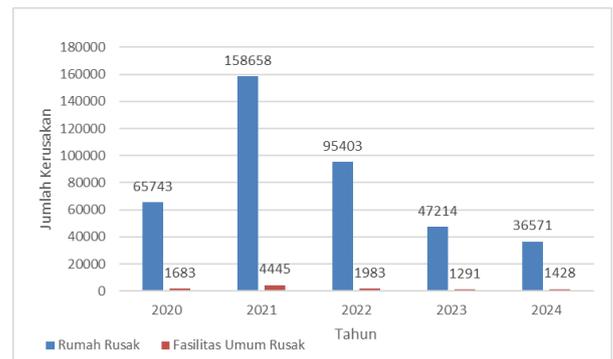
Pada tahun 2023, BNPB melaporkan 3.241 kejadian bencana, dengan bulan September mencatat angka tertinggi (687 kejadian) dan Mei yang terendah (103 kejadian). Gempa bumi menjadi bencana yang paling sering terjadi (2.048 kejadian), sementara letusan gunung api hanya terjadi satu kali. Meski jumlah bencana lebih tinggi dibanding 2024, korban terdampak justru lebih sedikit, yakni 98.886 orang. Sebagian besar korban masuk kategori menderita (90.575 orang), dengan kerusakan fasilitas paling banyak terjadi pada kios, yaitu 1.782 unit, sebagian besar diakibatkan oleh kebakaran tanah dan lahan.

Tahun 2022 mencatat 2.402 kejadian bencana, dengan puncak kejadian pada Januari (403 kejadian) dan angka terendah pada Juli (89 kejadian). Tanah longsor menjadi bencana terbanyak (884 kejadian), sementara letusan

gunung api tetap menjadi yang paling jarang terjadi (4 kejadian). Dari total 209.143 korban, sebanyak 178.367 merupakan korban yang menderita, sementara kerusakan fasilitas paling banyak terjadi pada rumah, yaitu 12.892 kerusakan.

Pada 2021, Indonesia menghadapi 3.536 kejadian bencana, dengan Februari mencatatkan puncak kejadian (615 kejadian) dan Agustus menjadi bulan dengan kejadian terendah (61 kejadian). Banjir menjadi bencana yang paling banyak terjadi (1.196 kejadian), sedangkan gempa bumi dan tsunami paling jarang (1 kejadian). Jumlah korban mencapai 5.683.385 orang, mayoritas masuk kategori korban menderita, dengan 147.900 rumah mengalami kerusakan.

Pada tahun 2020, terjadi 5.004 bencana di Indonesia, dengan Februari mencatat angka tertinggi (777 kejadian) dan Juli menjadi yang terendah (213 kejadian). Banjir menjadi bencana paling dominan (1.531 kejadian), diikuti oleh kekeringan (1.486 kejadian), sedangkan letusan gunung api tercatat paling sedikit (14 kejadian). Tahun ini mencatat jumlah korban tertinggi dalam lima tahun terakhir, dengan total 6.799.055 korban, mayoritas merupakan korban menderita, sementara rumah menjadi fasilitas yang paling banyak terdampak dengan 65.920 kerusakan.



Gambar 3. Jumlah Kerusakan Rumah dan Fasilitas Umum Bencana di Indonesia Periode 2020-2024

Figure 3. Number of Damages to Houses and Public Facilities in Disasters in Indonesia for the Period 2020-2024

Kerusakan akibat bencana alam di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2024 menunjukkan variasi yang signifikan dalam jumlah rumah rusak dan fasilitas umum yang terdampak. Pada tahun 2020, tercatat 65.743 rumah rusak, sementara kerusakan fasilitas umum sebanyak 1.683 unit. Angka ini meningkat tajam pada tahun 2021, dengan 158.658 rumah rusak dan 4.445 fasilitas umum terdampak, kemungkinan dipengaruhi oleh intensitas tinggi bencana hidrometeorologi seperti banjir, tanah longsor, dan angin puting beliung. Pada tahun 2022, jumlah kerusakan menurun menjadi 95.403 rumah rusak dan 1.983 fasilitas umum yang terdampak, sedangkan

tahun 2023 mencatat tren penurunan lebih lanjut dengan 47.214 rumah rusak dan 1.291 fasilitas umum terdampak.

Disisi lain, memasuki era teknologi saat ini, dominasi pekerja di Indonesia akan ditempati oleh kaum milenial dan Gen – Z. Menurut data BPS Februari – September 2020 berjumlah 27,94% dari populasi Indonesia setara dengan 75,49 juta jiwa dan populasi milenial berjumlah 69,90 juta jiwa setara dengan 25,87% dari total populasi Indonesia.

Tabel 1. Data Negara Paling Dermawan 2024
Table 1. Most Generous Country Data 2024

Rank	Country	World Giving Index	Donated Money (% of adults)
1	Indonesia	74	90
2	Kenya	63	56
3	Singapore	61	68
4	The Gambia	61	61
5	Nigeria	60	45
6	United States of America	59	61
7	Ukraine	57	54
8	Australia	54	59
9	United Arab Emirates	54	49
10	Malta	54	74

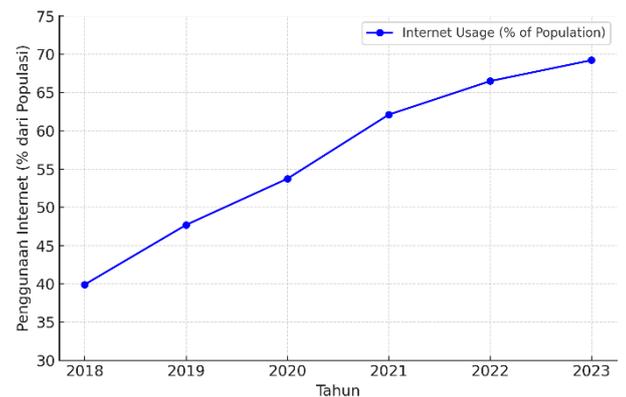
Tabel 1 memuat data peringkat World Giving Index yang menunjukkan proporsi penduduk dewasa di sepuluh negara teratas yang menyumbangkan uang sebagai salah satu indikator kedermawanan global. Indikator ini merefleksikan kontribusi finansial masyarakat dalam mendukung kegiatan sosial dan kemanusiaan.

Indonesia menempati peringkat pertama dengan nilai indeks tertinggi (74) dan proporsi penduduk dewasa yang menyumbangkan uang terbesar, yaitu 90%. Angka ini menunjukkan tingkat partisipasi finansial masyarakat Indonesia yang luar biasa tinggi dalam kegiatan kedermawanan, sehingga dinobatkan sebagai negara paling dermawan versi World Giving Index. Kenya, di peringkat kedua dengan indeks 63, memiliki proporsi penduduk dewasa yang lebih rendah dalam menyumbangkan uang, yakni sebesar 56%, meskipun indikator lain, seperti membantu orang asing, menunjukkan kontribusi yang signifikan. Singapura dan The Gambia memiliki nilai indeks yang sama (61), namun proporsi penduduk dewasa yang menyumbangkan uang berbeda, masing-masing sebesar 68% dan 61%. Nigeria berada di peringkat kelima dengan indeks 60, mencatatkan proporsi yang lebih rendah dibandingkan negara lain, yaitu 45%.

Amerika Serikat berada di peringkat keenam dengan nilai indeks 59, mencatat proporsi 61% penduduk dewasa yang menyumbangkan uang, setara dengan The Gambia. Negara-negara seperti Ukraina (54%), Australia (59%),

dan Uni Emirat Arab (49%) menunjukkan proporsi yang lebih rendah dibandingkan negara-negara dengan indeks lebih tinggi. Malta, meskipun memiliki indeks yang sama dengan Ukraina dan Uni Emirat Arab (54), menunjukkan proporsi penduduk dewasa yang menyumbangkan uang lebih tinggi, yakni sebesar 74%.

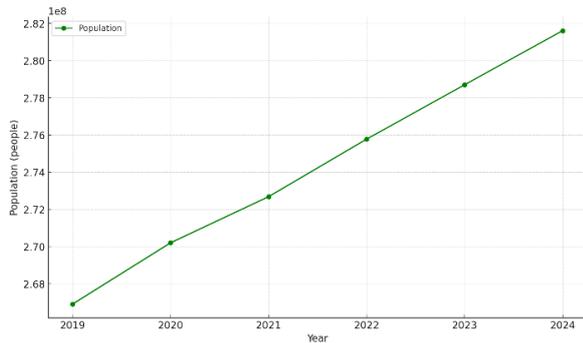
Secara keseluruhan, tabel ini mengilustrasikan bahwa nilai indeks kedermawanan tidak selalu berbanding lurus dengan proporsi penduduk dewasa yang menyumbangkan uang. Hal ini mencerminkan perbedaan dalam aspek sosial, budaya, dan ekonomi yang memengaruhi pola partisipasi masyarakat dalam kegiatan filantropi.



Gambar 4. Perkembangan Penggunaan Internet di Indonesia (dalam % Populasi)
Figure 4. Development of Internet Usage in Indonesia (in % of Population)

Gambar 4 menunjukkan perkembangan penggunaan internet di Indonesia dari tahun 2018 hingga 2023 menunjukkan tren kenaikan yang signifikan. Berdasarkan data dari World Bank, pada tahun 2018, hanya sekitar 39,90% dari populasi Indonesia yang menggunakan internet. Angka ini kemudian meningkat secara bertahap pada tahun-tahun berikutnya. Pada tahun 2019, penggunaan internet naik menjadi 47,69%, dan pada tahun 2020, mencapai 53,73%, yang kemungkinan dipengaruhi oleh peningkatan penggunaan internet selama pandemi COVID-19. Angka ini terus berkembang, dengan tingkat penggunaan internet mencapai 62,10% pada tahun 2021, dan kemudian 66,48% pada tahun 2022. Pada tahun 2023, penggunaan internet di Indonesia tercatat mencapai 69,21%, mencerminkan hampir dua pertiga dari total populasi yang terhubung ke dunia digital (World Bank, 2024).

Disisi lain, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia menunjukkan peningkatan yang konsisten dari tahun 2019 hingga 2024. Pada tahun 2019, jumlah penduduk tercatat sebanyak 266.911.900 jiwa, kemudian meningkat menjadi 270.203.900 jiwa pada tahun 2020, yang menunjukkan kenaikan sebesar 1,23%. Pada tahun 2021, jumlah penduduk naik menjadi 272.682.500 jiwa, dengan persentase kenaikan sebesar 0,92% dibandingkan tahun sebelumnya.



Gambar 5. Pertumbuhan Penduduk di Indonesia 2019-2024

Figure 5. Population Growth in 2019-2024

Selanjutnya, pada tahun 2022 jumlah penduduk mencapai 275.773.800 jiwa, meningkat sebesar 1,13% dari tahun 2021. Pada tahun 2023, populasi bertambah menjadi 278.696.200 jiwa, mencatatkan kenaikan sebesar 1,06%. Sementara di tahun 2024, jumlah penduduk diperkirakan mencapai 281.603.800 jiwa, dengan persentase kenaikan sebesar 1,04% dibandingkan tahun sebelumnya. Data ini mencerminkan tren pertumbuhan populasi yang stabil, dengan rata-rata kenaikan tahunan sekitar 1% selama periode tersebut (BPS, 2024).

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat. Berdasarkan data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan sumber internasional lainnya, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2024 diperkirakan mencapai 281.603.800 jiwa. Peringkat ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan populasi yang sangat besar, yang tentunya memiliki dampak signifikan terhadap berbagai aspek sosial, ekonomi, dan politik. Meskipun jumlah penduduk Indonesia terus berkembang, negara ini masih berada di bawah tiga negara dengan populasi terbesar, yaitu China, India, dan Amerika Serikat, yang masing-masing memiliki populasi lebih dari satu miliar jiwa.

Tren ini berkaitan dengan perubahan demografi dan perilaku investasi, di mana generasi muda semakin aktif dalam pasar investasi (KSEI). Dari data diatas dapat dilihat tren terlihat generasi muda sekarang mulai membiasakan diri untuk dapat mengontrol sikap keuangan (*financial attitude*). *Financial attitudes* merupakan bagaimana seseorang akan menghabiskan, menyimpan, mengakumulasi, atau bahkan menghabiskan uangnya (Nusron et al., 2018) Antusiasme generasi muda dalam berinvestasi bisa juga disebut *investment intention*. *Investment intention* merupakan sebuah konsep untuk menggambarkan berapa banyak individu yang berniat berinvestasi dalam alternative investasi apapun (Aren & Aydemir, 2017).

4. PEMBAHASAN

Berikut adalah pembahasan dari hasil uji *Crowdfunding* dalam proses penggalangan dana secara kolektif, yaitu:

4.1 Jenis *Crowdfunding*

Meskipun media dan literatur ilmiah banyak berfokus pada peran *Crowdfunding* sebagai alternatif dari lembaga pembiayaan (venture capital) tradisional, terdapat lebih banyak konsep mengenai *Crowdfunding* yang perlu ditelusuri. Faktanya, terdapat empat kategori khas (*distinct categories*) dari *Crowdfunding*, dilihat dari tipe portal dan dana yang dikumpulkan. Penelitian Massolution (2013) dan Deloitte (2013) membagi kategori *Crowdfunding* yang ditunjukkan pada gambar 2 sesuai dengan karakteristik bisnisnya sebagai berikut.



Gambar 6. Jenis – jenis *Crowdfunding*

Figure 6. Types of Crowdfunding

4.1.1 Basis Pinjaman (*Consumer Lending* atau *Lending-based*)

Crowdfunding berbasis pinjaman sangatlah mirip dengan mekanisme pinjaman pada umumnya, dimana individu dapat meminjam uang kepada suatu proyek dengan ekspektasi pengembalian

Menurut Massolution (2013), *consumer lending* atau *lending-based Crowdfunding* global berhasil menjangkau dana sebesar USD 522 Juta pada tahun 2011. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa kampanye proyek-proyek *Crowdfunding* basis pinjaman memperoleh kesuksesan dua kali lebih cepat dibandingkan dengan *Crowdfunding* basis ekuitas (lebih cepat memperoleh target dana). Pada tahun 2013, Deloitte memprediksi pinjaman melalui *Crowdfunding* meningkat menjadi 1.4 Milyar USD, atau meningkat sebesar 50% dibandingkan tahun 2012.

4.1.2 Basis Donasi (*Donation-based*)

Sebagaimana tersirat pada namanya, *Crowdfunding* basis donasi adalah jenis *Crowdfunding* yang dilandaskan oleh donasi, filantropi, dan sponsorship dimana tujuan utamanya adalah mencari sumbangan. Jenis ini sering disebut sebagai micro-patronage. Dalam *Crowdfunding* jenis ini, para donatur berkontribusi dalam suatu proyek tanpa memiliki ekspektasi pengembalian dana yang telah dikontribusikannya. Portal *Crowdfunding* yang menjalankan model donasi umumnya memberikan penghargaan (*reward*), hadiah (*gift*), atau cinderamata

(token) untuk menstimulasi individu agar menyumbang pada suatu proyek. Dengan demikian, tidak jarang pengertiannya tumpang-tindih (*overlapping*) dengan *Crowdfunding* basis hadiah (*reward-based*).

4.1.3 Basis Hadiah (Reward-based)

Jenis *Crowdfunding* basis hadiah sering dioperasikan bersamaan dengan *Crowdfunding* basis donasi. Pada jenis ini, jumlah kontribusi yang akan diberikan individu telah dipaketkan sesuai dengan hadiah yang akan diberikan. Hadiah dapat berupa pencantuman nama pada kredit proyek, penamaan (*acknowledgements*) pada merchandise, kesempatan untuk bertemu dengan creator proyek, undangan untuk menghadiri acara khusus yang berkaitan dengan proyek, misalnya pesta peluncuran atau penayangan premier film, dan sebagainya. Pemberian hadiah ini bervariasi dan umumnya semakin besar sumbangan yang diberikan, semakin banyak atau semakin berkualitas hadiah yang diberikan. Deloitte Touche Tohmatsu memprediksi bahwa kategori ini dapat mengumpulkan lebih dari 700 juta USD pada tahun 2013

4.1.4 Basis Ekuitas (Equity-based)

Kegiatan *Crowdfunding* basis ekuitas menyerupai aktivitas investasi ekuitas umum, dimana seorang individu memperoleh kepemilikan (ekuitas) pada sebuah entitas sebagai imbalan atas dana yang diberikannya. Meskipun memiliki market-share yang paling kecil, baik dari segi dana terkumpul maupun penetrasi pasarnya, kategori inilah yang paling banyak mendapatkan perhatian media (Lee, et al., 2013)

Dibawah model *Crowdfunding* basis ekuitas, investasi yang dimiliki donatur umumnya bersifat pasif daripada aktif. Artinya, donatur membeli kepemilikan atau profit shares tetapi tidak memiliki peranan aktif dalam pengambilan keputusan manajemen. Contoh kasus yang paling sesuai untuk menggambarkan mekanisme *Crowdfunding* basis ekuitas adalah pendanaan perusahaan baru (*start-up*). Secara tradisional, perusahaan *start-up* tahap awal (*early stage start-up companies*) biasanya dibiayai oleh kartu kredit dan tabungan pemiliknya ditambah suntikan dana dari teman dan keluarga dekat. Biasanya, dana "tradisional" yang berhasil terkumpul ini berkisar antara 200.000-250.000 USD. Apabila dibutuhkan dana yang lebih besar, *start-up* akan mencari modal awal (*seed capital*) tambahan kepada donatur individu (biasa diistilahkan sebagai angel donators) atau perusahaan pembiayaan yang telah berdiri (*established venture capitalist*). Umumnya dana tambahan ini adalah sebesar 500.000 USD ke atas.

Hingga penelitian ini dilakukan, *Crowdfunding* basis ekuitas adalah ilegal dilakukan di Indonesia dikarenakan perundang-undangan pasar modal (Bapepam-LK). Banyak negara juga belum memberikan lampu hijau bagi aktivitas *Crowdfunding* basis ekuitas, misalnya Kanada. Ilegalnya *Crowdfunding* basis ekuitas diakibatkan oleh beberapa isu utama menyangkut keamanan dan keterandalan. Pertama, *Crowdfunding* memiliki faktor

risiko yang tinggi, dimana penyelenggara *Crowdfunding* tidak dapat menjamin kepastian pengembalian modal (tergantung dari terkumpulnya dana yang ditargetkan atau tidak). Dengan demikian, mekanisme atas kepastian pengembalian investasi dianggap tidak andal. Kedua, portal *Crowdfunding* tidak mengeluarkan laporan keuangan yang teraudit (*audited financial statements*). Amerika Serikat menjadi pelopor legalisasi *Crowdfunding* basis ekuitas dengan disahkannya *Jumpstart Our Business Start-Ups* (JOBS Act) oleh pengadilan tinggi Amerika Serikat dan ditandatangani oleh Presiden Amerika Serikat Barrack Obama pada tanggal 5 April 2012. United States' *Securities and Exchange Commission* (US SEC) selaku otoritas pengawasan pelaksanaan dari peraturan perdagangan efek dan ekuitas Amerika Serikat diberi kesempatan untuk mengevaluasi undang-undang ini hingga bulan Desember 2012 dan per Januari 2013, undang-undang ini diberlakukan secara umum. Hingga saat ini, SEC terus mengawasi perkembangan kebijakan ini di pasar.

JOBS Act memiliki misi menyederhanakan birokrasi dan memberikan iklim yang kondusif bagi para usahawan baru. Inti dari undang-undang ini menyatakan bahwa "emerging growth companies" (perusahaan yang baru didirikan dan bertumbuh) diperkenankan mengumpulkan dana secara online hingga satu juta dolar Amerika Serikat (USD 1.000.000) dari maksimal dua ribu (2.000) donatur tanpa memenuhi peraturan keuangan tradisional (misalnya menerbitkan laporan keuangan teraudit, dan sebagainya).

4.2 Crowdfunding Pada Umumnya di Indonesia

Wisudanto & Arifin (2017) menemukan bahwa terdapat 6 platform *Crowdfunding* dengan kapitalisasi yang cukup besar. Total dana terhimpun dari platform-platform tersebut mencapai lebih dari 505 miliar rupiah. Total pengguna baik donatur maupun pengakses dana mencapai 339.581 entitas.

Pada 2021 perkembangan *Crowdfunding* semakin meningkat pesat. Pada pembahasan saat ini kami membandingkan beberapa platform atau aplikasi dengan fokus kepada *Crowdfunding* properti yang ditunjukkan pada tabel 1. Beberapa platform yang membuka *crowdfunding* di bidang properti adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Platform Crowdfunding
 Table 2. Platform Crowdfunding

No	Platform	Tipe Investasi	Minimal Investasi per lot
1	Landx	Imbal Hasil	Rp. 100.000
2	Crowdana	Imbal Hasil	Rp. 100.000
3	InvesPeoperti	Imbal Hasil	Rp. 5.000.000
4	Properti anda	Imbal Hasil & Sewa	Rp. 500.000
5	Napro	Imbal Hasil & Sewa	Rp. 500.000

Dari kelima platform tersebut rata – rata imbal hasil yang dijanjikan kepada donatur sebesar 15% - 30 %

dengan jangka waktu yang telah ditentukan. Dari sejumlah properti yang ditawarkan rata sudah terpenuhi kebutuhan dana oleh para donatur. Hal ini menunjukkan bahwa antusiasme pasar cukup tinggi terhadap investasi *crowdfunding* properti. Dari data yang kami himpun tingginya minat investasi *crowdfunding* didasarkan pada nilai resiko investasi properti yang kecil. Bila dibandingkan dengan instrumen investasi lainnya, macam reksadana, bonds, deposito, dan saham, properti memiliki resiko paling rendah Rowley & Slack (2004).

4.2.1 Keuntungan dan Kekurangan *Crowdfunding*

Pembiayaan melalui *crowdfunding* terdapat kelebihan dari penggunaan *crowdfunding* untuk pembiayaan perumahan. (John et al., 2014) terdapat beberapa keuntungan yang dapat dituliskan sebagai berikut.:

1. **Transparansi Lebih Baik**
Manfaat terbesar dari *Crowdfunding* untuk investasi perumahan adalah dalam menciptakan transparansi yang baik bagi donatur dan sponsor. Dengan menyaring dan menyampaikan beberapa pendanaan yang potensial, donatur akan menerima informasi yang lebih baik mengenai jenis investasi yang tersedia dan dapat membandingkan struktur biaya di setiap kemitraan.
2. **Donatur Lebih Banyak**
Sebagian besar kemitraan perumahan membeli sebuah properti. Berdasarkan RealtyMogul median perumahan, ukuran kesepakatan ekuitas swasta pada 2012 adalah 2.3 Juta USD. Mencari dan menjelaskan penawaran kepada calon donatur membutuhkan waktu. Dikarenakannya informasi ini dipublikasikan secara online. Maka penawaran ini dapat dilihat oleh potensial calon donatur.
3. **Biaya Lebih Rendah**
Sebagian besar situs *Crowdfunding* menekankan bahwa *Crowdfunding* memungkinkan uang untuk masuk ke dalam properti daripada investasi swasta di REIT dan kemitraan. Alasannya adalah bahwa situs websites memberikan biaya keseluruhan yang lebih rendah untuk meningkatkan modal daripada pialang dan penasihat keuangan yang dibayar sebesar 10% dari modal yang terkumpul.
4. **Manfaat Adanya Donatur Lokal**
Donatur lokal dapat memberikan masukan terkait regulasi, dukungan local, dan lain-lain terhadap proyek yang akan dibangun. Pada saat proyek telah selesai dan mulai beroperasi, donatur lokal dapat mengawasi proyek tersebut dan dapat mengajak orang lokal untuk menggunakan properti dari proyek yang dibangun.
5. **Peningkatan Laporan dan Akuntabilitas**
Karena platform *Crowdfunding* berfokus pada penyediaan informasi, maka platform *Crowdfunding* dapat memberikan informasi yang berkualitas setiap waktu dan mudah untuk memahami formatnya. Maka dari itu donatur dapat memperoleh informasi yang objektif tentang rekam jejak sponsor yang berbeda dan

keseragaman yang lebih besar. (John et al., 2014) *Crowdfunding* juga terdapat kekurangan dalam pembiayaan perumahan pada korban bencana alam.

1. **Penafsiran Penasihat yang Terlalu Tinggi**
Situs dari *Crowdfunding* mempromosikan idenya yang dapat berinteraksi dengan pemilik, Dikarenakan *Crowdfunding* mempunyai penasihat yang akan memilih pendanaan yang baik. Penasihat juga mengklaim bahwa dengan mengetahui properti spesifik dimana uang yang diinvestasikan mengurangi resiko. Konsep ini berbeda dengan kebanyakan penasihat keuangan.
2. **Proyeksi yang Tidak Realistis**
Dengan melihat kebanyakan pendanaan yang akan datang pada situs *Crowdfunding*, terlihat bahwa investasi tersebut memiliki pengembalian investasi yang tinggi.
3. **Kurangnya Hubungan antara Sponsor Proyek dan Donatur Lainnya**
Kunci sukses investasi perumahan adalah memilih mitra yang tepat dengan insentif yang benar. Ketika menjadi sponsor mengumpulkan uang dari “keluarga dan teman”, hubungan pribadi dengan donatur akan menambahkan insentif untuk memperlakukan donatur secara adil. Dalam *Crowdfunding*, sponsor tidak tahu donaturnya. Selama ini investasi, sponsor akan menghasilkan ratusan keputusan yang berdampak pada pengembalian investasi kepada mitra.

4.2.2 *Crowdfunding* Properti dan Manajemen Bencana

Crowdfunding sebagai mekanisme alternatif pembiayaan sosial memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan properti dalam konteks manajemen bencana. Dalam situasi bencana, kebutuhan untuk pemulihan infrastruktur, termasuk perumahan dan fasilitas publik, sering kali mendesak namun sulit dibiayai melalui metode konvensional. *Crowdfunding* memungkinkan penggalangan dana dari banyak individu untuk mendukung proyek properti yang relevan secara langsung dengan kebutuhan komunitas terdampak. Sebagai contoh, penelitian menunjukkan bahwa *Crowdfunding* berbasis donasi dan hadiah menjadi model yang efektif untuk mendanai kerugian akibat bencana alam maupun buatan manusia, terutama di negara berkembang (Sholoiko, 2017).

Selain itu, integrasi dengan teknologi blockchain dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas platform *Crowdfunding*, sehingga menarik lebih banyak partisipasi dan kepercayaan dari masyarakat, yang sangat penting dalam pengelolaan dana pasca-bencana (Berawi et al., 2020). *Crowdfunding* juga membantu mengatasi keterbatasan pembiayaan tradisional dengan memberikan solusi alternatif yang cepat untuk mendukung proyek pemulihan properti yang terkena dampak bencana (Baltas et al., 2021).

Dengan demikian, *Crowdfunding* dapat dilihat sebagai pendekatan yang efektif dan inklusif untuk mendukung

pembangunan properti dalam kerangka manajemen bencana, memperkuat kolaborasi komunitas, dan meningkatkan ketahanan masyarakat terhadap dampak bencana di masa depan.

4.3 Regulasi

Wisudanto & Arifin (2017) platform *Crowdfunding* saat ini sudah diregulasi oleh Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Peraturan ini menjamin keamanan bagi para pengguna *Crowdfunding* karena mewajibkan pengelola *Crowdfunding* sudah berbadan hukum perseroan terbatas atau koperasi. Adanya peraturan ini menunjukkan bahwa terdapat dukungan dari pembuat regulasi terhadap *Crowdfunding* dalam bentuk mekanisme pengawasan sehingga dapat menjamin keamanan bagi pengguna *Crowdfunding*.

Crowdfunding tidak hanya berperan sebagai lembaga intermediasi biasa namun juga berperan menjadi suatu hal yang oleh (Colombo et al., 2014) disebut sebagai loci atau pusat memori hubungan sosial. *Crowdfunding* tidak hanya mengandung *external social capital* tetapi juga *internal social capital* yang keduanya berperan penting dalam kesuksesan pengumpulan pendanaan. *External social capital* tercermin pada keluarga, teman dekat, kenalan pribadi (Agrawal et al, 2011) dan juga kontak di media sosial Mollick, (2014). *Internal social capital* merupakan jaringan yang terbentuk sesama anggota komunitas *Crowdfunding*. *Internal social capital* ini berhubungan positif dalam menarik kontribusi di awal-awal masa kampanye sebuah proyek pada platform *Crowdfunding* (Colombo et al., 2014). Motif mengapa seseorang mau mendanai proyek pada *Crowdfunding* adalah adanya motif “ingin menjadi bagian dari komunitas” dan juga “ingin menjalin hubungan dengan orang lain (Berglin & Stranberg, 2013). Hal tersebutlah yang membentuk adanya *internal social capital* dalam *Crowdfunding*.

Menurut Lin, (2017) adanya *social capital* yang terbentuk pada *Crowdfunding* baik eksternal maupun internal mempengaruhi tingkat kesuksesan dalam penghimpunan dana untuk pembiayaan pembangunan infrastruktur. Semakin kuat *social capital* yang dimiliki oleh pihak yang mengajukan pembiayaan infrastruktur, maka kemungkinan suksesnya dana terkumpul akan semakin besar, begitu juga sebaliknya.

5. KESIMPULAN

Crowdfunding dapat menjadi alternatif pembiayaan sosial pembangunan properti di wilayah terdampak bencana di Indonesia, termasuk untuk pembangunan proyek maupun kegiatan sosial lainnya. *Crowdfunding* dapat menjadi solusi pembiayaan sekaligus melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses rehabilitasi dan rekonstruksi pascabencana. Namun, untuk memastikan pertumbuhan yang aman dan berkelanjutan, diperlukan regulasi pemerintah yang jelas guna menjamin keamanan

dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap platform *Crowdfunding*. Dengan kombinasi potensi ekonomi dan partisipasi sosialnya, *Crowdfunding* dapat menjadi instrumen penting dalam pembiayaan untuk kemaslahatan masyarakat. Khususnya pembangunan properti dalam manajemen pasca terjadinya bencana alam.

6. SARAN

Perlunya digerakan animo masyarakat tentunya milenial dan Gen Z untuk memulai gerakan sosial dalam mewujudkan pembiayaan yang dibutuhkan melalui *crowdfunding* untuk pembiayaan pembangunan properti. Gerakan tersebut harus diinisiasi oleh Sehingga *crowdfunding* semakin berkembang dengan baik di Indonesia.

7. REFERENSI

- Alfial, A. M., Indrajid, A. N., & Wisudanto, W. (2024). Donation Based *Crowdfunding* untuk Pendanaan Anak Putus Sekolah. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 14(11).
- Nusron, L. A., Wahidiah, M., & Budiarto, D. S. (2018). Antecedent factors of financial management behavior: An empirical research based on education. *KnE Social Sciences*, 437-445.
- Aren, S., & Aydemir, S. D. (2015). The moderation of financial literacy on the relationship between individual factors and risky investment intention. *International Business Research*, 8(6), 17.
- Baltas, K., Fiordelisi, F., & Mare, D. S. (2022). Alternative finance after natural disasters. *British Journal of Management*, 33(1), 117-137.
- Berawi, M. A., Radjilun, M. K. Z., & Sari, M. (2020, October). Developing Blockchain-Based *Crowdfunding* Model for Property Investment. In *International Scientific Conference on Innovations in Digital Economy* (pp. 23-39).
- Colombo, M. G., Franzoni, C., & Rossi-Lamastra, C. (2015). Internal social capital and the attraction of early contributions in *Crowdfunding*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 75-100
- Deloitte (2013), European *Crowdfunding* Network (ECN), Review of *Crowdfunding* Regulation. Sydney: Deloitte.
- Hemer, J. (2011). A snapshot on *Crowdfunding*. Working papers firms and region.
- Hobbs, J., Grigore, G., & Molesworth, M. (2016). Success in the management of *Crowdfunding* projects in the creative industries. *Internet Research*, 26(1), 146–166. <https://doi.org/10.1108/IntR-08-2014-0202>
- John H. Vogel Jr. & Benjamin S. Moll (2014). *Crowdfunding* for Real Estate. *The Real Estate Finance Journal*, 2014
- Lin, N. (2017). Building a network theory of social capital. *Social capital*, 3-28.
- Massolution. (2012). *Crowdfunding* industry report: Market trends, composition and *Crowdfunding* platform



- Mollick, E. (2014). The dynamics of *Crowdfunding*: An exploratory study. *Journal of business venturing*, 29(1), 1-16.
- Rahmawati, D., Apriady, M. N., & Wisudanto, W. (2024). *Crowdfunding* Sebagai Alternatif Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm), Akibat Meningkatnya Jumlah Pelaku Ukm Di Indonesia. *Sebatik*, 28(1), 33-40.
- Rowley, J., & Slack, F. (2004). Conducting a literature review. *Management Research News*, 27(6), 31-39.
- Sholoiko, A. (2017). Financing losses from natural and man-made disasters by use of *Crowdfunding*. *Investment Management & Financial Innovations*, 14(2-1), 218-225.
- Suryabrata, S. (2000). *Metode penelitian*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Svobodov, I. (2016). THE LEVEL OF RESEARCH CZECH *CROWDFUNDING*, 1769– 1776.
- Wisudanto., & Arifin, S.R. (2017). *CROWDFUNDING* SEBAGAI ALTERNATIF PEMBIAYAAN PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR. Prosiding Simposium II – UNIID 2017
- Wisudanto., & Arifin, S.R. (2017). *Crowdfunding* New Paradigm for Financing: Operational Pattern of *Crowdfunding* in Indonesia. Belum dipublikasikan