

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1) Kesimpulan**

Berdasarkan temuan yang didapatkan pada penelitian ini, penulis menyatakan bahwa:

Imbalan non-finansial adalah sebuah komponen dari *crowdfunding* meskipun imbalan tersebut hanya berupa pencantuman nama pada *credit* album. Secara umum, imbalannya berbentuk cinderamata seperti kaos, CD, topi, *totebag*, dan barang-barang lainnya. Namun, terdapat pula beberapa imbalan non-benda yang pernah diberikan oleh pembuat kampanye *crowdfunding*, sebagai contoh seorang musisi dari Bandung bernama Dhira Bhongs yang membuat paket imbalan seperti makan malam bersama atau jalan-jalan bersama.

Pada penelitian ini, adanya imbalan dapat mempengaruhi beberapa pendonor yang diteliti untuk mengikuti *crowdfunding*. Seperti yang telah diungkapkan pada pembahasan di bab sebelumnya. Namun, penelitian ini justru menemukan bahwa tidak semua pendonor yang diteliti tidak mengikuti *crowdfunding* karena mendapatkan imbalan non-finansial. Pendonor yang diteliti termotivasi secara intrinsik untuk mendukung gagasan dari Jono Terbakar dan membantu Jono Terbakar untuk bisa menyelesaikan produksi albumnya.

Berdasarkan temuan pada 6 informan pada penelitian ini, penulis menemukan bahwa motivasi intrinsik lebih banyak ditemukan daripada motivasi ekstrinsik pada 6 pendonor *crowdfunding* Jono Terbakar yang diteliti. Motivasi

intrinsik yang terbagi lagu menjadi dua sub-variabel dapat dijelaskan lebih jauh oleh penulis bahwa motivasi “mendukung gagasan” lebih sering ditemukan daripada “membantu orang lain” pada 6 orang yang menjadi subjek penelitian ini.

Temuan selanjutnya adalah imbalan. pada *crowdfunding* dapat digunakan sebagai alat strategis. Imbalan yang diberikan tidak harus berupa cinderamata seperti kaos, CD, dan barang lainnya namun bisa lebih kreatif lagi dalam membuat paket imbalan. Imbalan adalah sebuah hal untuk menarik pendonor supaya lebih tertarik untuk mengikuti *crowdfunding*

## 5.2) Saran

Untuk penelitian lebih lanjut, disarankan untuk menggunakan metode kuantitatif jika pada penelitian yang akan dilakukan memiliki sampel yang cukup banyak.

Untuk Jono Terbakar dan seniman yang akan melakukan *crowdfunding* untuk mendanai proses berkaryanya, penulis memberi saran yaitu untuk membuat paket imbalan yang menarik karena ditemukan pada penelitian ini bahwa dari 6 pendonor yang diteliti bukan imbalan non-finansial yang utama dicari, namun adanya imbalan tersebut membuat penggalangan dana menjadi semakin menarik untuk diikuti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assenova, Valentina, Jason Best, Mike Cagney, Douglas Ellenoff, Kate Karas, Jay Moon, Sherwood Neiss, Ron Suber, and Olav Sorenson. 2016. "The Present and Future of *Crowdfunding*." *California Management Review* 58(2):125–35.
- Bœuf, Benjamin, Jessica Darveau, and Renaud Legoux. 2007. "Financing Creativity : *Crowdfunding* as a New Approach for Theatre Projects."
- Cordova, Alessandro, Johanna Dolci, and Gianfranco Gianfrate. 2015. "The Determinants of *Crowdfunding* Success: Evidence from Technology Projects." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 181:115–24.
- Forbes, Hannah and Dirk Schaefer. 2017. "Guidelines for Successful *Crowdfunding*." *Procedia CIRP* 60:398–403.
- Freedman, By David M. and Matthew R. Nutting. 2014. "A Brief History of *Crowdfunding*." *Freedman Chicago* 1(1):10.
- Hidajat, Taofik, Ina Primiana, Sulaeman Rahman Nidar, and Erie Febrian. 2016. "Crowd Funding : Financial Service for Unserved Crowds in Indonesia." 109–15.
- Hossain, Mokter and Gospel Onyema Oparaocha. 2017. "Crowdfunding: Motives, Definitions, Typology and Ethical Challenges." *Entrepreneurship Research Journal* 7(2).
- Kraus, Sascha, Chris Richter, Alexander Brem, Cheng-Feng Cheng, and Man-Ling Chang. 2016. "Strategies for Reward-Based *Crowdfunding* Campaigns." *Journal of Innovation & Knowledge* 1(1):13–23.
- Michael. 2008. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Vol. 14.
- Mollick, Ethan. 2014. "The Dynamics of *Crowdfunding*: An Exploratory Study." *Journal of Business Venturing*.
- Younkin, Peter and Keyvan Kashkooli. 2016. "What Problems Does *Crowdfunding* Solve?" *California Management Review* 58(2):20–43.
- Zhang, Haisu and Weizhi Chen. 2019. "Backer Motivation in *Crowdfunding* New Product Ideas: Is It about You or Is It about Me?" *Journal of Product Innovation Management* 36(2):241–62.
- Zheng, Haichao, Bo Xu, Tao Wang, and Yun Xu. 2017. "AN EMPIRICAL STUDY OF SPONSOR SATISFACTION IN REWARD-BASED CROWDFUNDING." *Journal of Electronic Commerce Research* 18(3):269–85.

**Website:**

*Top 10 Crowdfunding Platform of 2018*, Inc.com, 2018. Diakses pada 9 April 2019. (<https://www.inc.com/larry-kim/op-10-crowdfunding-platforms-of-2018.html>)

Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?, Kompas.com, 2018. Diakses pada 9 April 2019. (<https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>)

Myspace – Wikipedia, Wikipedia.org, 2019. Diakses pada 9 April 2019

