

Pengaruh modal sosial dan faktor imbalan terhadap kesuksesan pengumpulan dana proyek crowdfunding di emerging market = The role of social capital and reward factor to the success of crowdfunding project fundraising in emerging market

Nabila Sekar Hapsari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491083&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal sosial dan faktor imbalan terhadap kesuksesan pengumpulan dana proyek crowdfunding di pasar negara berkembang selama periode Januari 2017 hingga Februari 2019. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari situs Kickstarter.com yang merupakan proyek-proyek yang berasal dari negara Brasil, Rusia, India, Cina, dan Afrika Selatan. Penelitian ini menggunakan regresi ordinary least square sebagai metode analisis untuk pengujian hipotesis. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah modal sosial yang dijelaskan oleh jumlah komentar yang ditulis oleh backers dan crowdfunders dan faktor imbalan yang dijelaskan oleh customized reward secara positif dan signifikan memengaruhi kesuksesan pengumpulan dana proyek crowdfunding di pasar negara berkembang. Sedangkan, kepemilikan akun facebook sebagai salah satu faktor modal sosial dan ego reward dan community reward sebagai faktor imbalan tidak berpengaruh terhadap kesuksesan pengumpulan dana proyek crowdfunding di pasar negara berkembang. Dari segi fitur proyek, jumlah target pendanaan proyek memengaruhi kesuksesan pengumpulan dana proyek crowdfunding, sementara durasi proyek tidak memengaruhi kesuksesan pengumpulan dana proyek crowdfunding.

.....This study aims to determine the role of social capital and reward factor in the success of crowdfunding project fundraising in emerging market during the period of January 2017 until February 2019. Using secondary and cross-section data from Kickstarter.com, representing projects from Brazil, Russia, India, China, and South Africa, this research uses Ordinary Least Square as the method of data analysis for the hypothesis testing. Firstly, the results obtained from this study are internal social capital that is described by the numbers of comment posted by backers and crowdfunders and reward factor that is described by the customized reward have positive effect and significant role in the success of crowdfunding project fundraising in emerging market. Secondly, the ownership of facebook account as external social capital factor and ego and community reward as reward factor has no influence. Lastly, in terms of project features, it is evident that the goal amount of crowdfunding project influences the success of crowdfunding project fundraising, whilst project duration has no influence on the success of crowdfunding project fundraising. Therefore, the result of this research will bring important influence to the contribution of crowdfunding literatures in emerging market countries.