

FINTECH ECOSYSTEM AS INFLUENCER OF YOUNG ENTREPRENEURIAL INTENTIONS

Riki Apriyadi¹; Candy²; Ferdinand Nainggolan³

Universitas Internasional Batam^{1,2,3}

Email : 2144043.riki@uib.edu¹; candy.chua@uib.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh determinan penggunaan *FinTech (Financial Technology)* seperti *crowdfunding, mobile payment, blockchain* dalam pengambil keputusan minat *young entrepreneurial*. Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran 220 kuesioner kepada responden yang merupakan di kalangan pengusaha muda. Analisis data menunjukkan bahwa sebagian besar hubungan yang diselidiki tentang *crowdfunding, blockchain* dan *mobile payment* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *entrepreneurial intention*. Ekosistem *FinTech (Financial Technology)* dapat secara positif mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha, dengan implikasi yang relevan di tingkat institusi, industri dan individu. Penelitian ini menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara beberapa dimensi utama *FinTech (Financial Technology)* terhadap *entrepreneurial intentions*.

Kata Kunci: *FinTech, Crowdfunding, Mobile Payment, Blockchain, Entrepreneurial Intention*

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of the determinants of the use of FinTech (Financial Technology) such as crowdfunding, mobile payments, blockchain, entrepreneurship education as independent decision makers on youth interest in entrepreneurship. This quantitative research was carried out by collecting data based on the distribution of questionnaires that had been sent via google forms survey tool to young entrepreneurs who were running their businesses in Indonesia. The following regression was calculated on 220 respondents. Data analysis shows that most of the investigated relationships regarding crowdfunding, blockchain and mobile payments have a positive and significant impact on entrepreneurial intentions. The results of this study show that the Fintech (Financial Technology) can positively influence the decision to become an entrepreneur, with relevant implications at the institutional, industrial and individual levels. This study shows a positive and significant relationship between several key dimensions of FinTech (Financial Technology) on entrepreneurial intentions.

Keywords: *FinTech, Crowdfunding, Mobile Payment, Blockchain, Entrepreneurial Intention*

PENDAHULUAN

Financial technology (FinTech) merupakan salah satu topik yang sering bermunculan di dunia bisnis. Pada saat ini minat terhadap *FinTech* juga semakin meningkat di kalangan para wirausahawan. Hal tersebut dapat dilihat bahwa lebih dari 12.000 perusahaan besar yang telah mapan secara global menggunakan *FinTech*.

Menurut Lee dan Shin (2018), pada tahun 2015 para perusahaan tersebut telah menginvestasikan di *FinTech* sebanyak US\$19 miliar dan di tahun 2016, investasi secara global yang dilakukan perusahaan *FinTech* sudah mencapai angka US\$24,7 miliar untuk 1076 transaksi, serta di Maret 2017 juga total kapitalisasi pasar mata uang kripto telah meningkat lebih dari 3 kali sejak awal 2016, mencapai angka US \$25 miliar (Leong, 2018). Berbagai macam bentuk inovasi yang timbul memberikan dorongan untuk berwirausaha. Oleh karena itu, *FinTech* memberikan elemen yang besar untuk ekosistem kewirausahaan di negara yang maju dan maupun negara berkembang (Berman *et al.*, 2022).

FinTech menjadi platform teknologi yang inovatif dan bentuk bisnis baru yang menyediakan layanan keuangan sehari-hari yang sangat berpengaruh terhadap ekonomi seluruh dunia (Campanella *et al.*, 2020). Produk-produk umum yang termasuk dalam *FinTech* yaitu *blockchain*, *crowdfunding*, *mobile payment*, dan *peer-2-peer (P2P) lending*. Penggunaan *FinTech* masih ditahap permulaan di dunia wirausaha, *FinTech* masih di dalam fase penelitian dan penyelidikan sehingga ini bisa dikatakan sebagai contoh ekonomi yang berkembang. Biaya dan manfaat *FinTech* untuk konsumen dan wirausaha masih belum dimanfaatkan sepenuhnya. Pada saat yang sama banyaknya para perusahaan *start-up* di industri ini yang menggunakan *e-payment*, *e-trading*, *e-crowdfunding* dan sebagainya, sehingga hal tersebut memberikan peluang yang besar para wirausahawan baru untuk menerapkan penggunaan *FinTech* (Festa *et al.*, 2019).

Perusahaan teknologi terkemuka juga mengambil peranan penting di ekosistem *FinTech*, di tahun 2018 dikeluarkannya dana sebanyak US\$480 oleh perusahaan jasa keuangan untuk bidang teknologi informasi, sehingga banyak perusahaan yang ikut terjun dalam pengembangan *FinTech* (Leong, 2018). Dikarenakan itu, ekonomi digital memberikan banyak kesempatan untuk perusahaan yang baru merintis dan perusahaan besar agar bisa berinovasi, dan kesempatan ini juga berkembang sampai dengan sektor keuangan yang mana perusahaan yang menggunakan *FinTech* tetap bisa masuk ke pasar yang produk dan jasa keuangannya yang terbaru, lebih ramah, dan lebih cerdas dibandingkan pengguna lama. Para pengguna *FinTech* telah mengaplikasikan teknologi baru seperti *smart contracts*, *blockchain*, kecerdasan buatan dan lain-lain (Hornuf, 2016; Vaio *et al.*, 2020). Menurut Thomas Dapp (2014) tren *FinTech* semakin berlanjut sejalan dengan perkembangan perangkat seluler dan pengumpulan data besar melalui

aplikasi *web* dan jejaring sosial yang masih berlanjut. Hal ini yang membuktikan peran dari manajemen pengetahuan bisa menambah kontribusi kepada ekosistem kewirausahaan yang lebih inovatif (Autio *et al.*, 2018; Caputo *et al.*, 2021; Gomes *et al.*, 2021; Rossi *et al.*, 2020).

Modal intelektual merupakan sebuah aset tak berwujud yang kompleks, penting karena diakui secara luas sebagai salah satu sumber daya sangat relevan bagi bisnis dalam menciptakan sebuah keunggulan yang sangat kompetitif (Paoloni *et al.*, 2020). Dalam masyarakat dengan lajunya informasi, pengetahuan yang berasal dari dalam dan luar perusahaan (ekosistem) sangat diperlukan bagi keberadaan, pertumbuhan dan perkembangan perusahaan (Ferraris *et al.*, 2017; Scuotto *et al.*, 2020), terutama pada sumber daya manusia (Inshakova *et al.*, 2020). Dikarenakan itu, pendidikan kewirausahaan dapat memainkan peran penting dalam pengembangan niat kewirausahaan, terutama di kalangan anak muda (Anwar & Saleem, 2019). Mendukung kewirausahaan dengan mengajarkan keterampilan untuk meningkatkan potensi kegiatan kewirausahaan di masa depan, dengan mencari sumber daya manusia dan kemudian dengan mengumpulkan lebih banyak pengetahuan. Hal ini memperkuat perlunya pendidikan kewirausahaan bagi calon pengusaha muda (Murray & Palladino, 2020). Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini mengkaji pentingnya ketersediaan pengetahuan dan akses informasi tentang solusi *FinTech* (yaitu proyek-proyek inovatif pengusaha muda di Indonesia).

Penelitian ini berkontribusi pada minat wirausahawan muda terhadap perkembangan ekosistem *FinTech* dengan menganalisis faktor-faktor penentu utama yaitu *crowdfunding*, *mobile payment*, dan *blockchain*. Penelitian ini disusun lebih lanjut di bagian yang berbeda, di mana bagian selanjutnya menyajikan tinjauan literatur tentang minat wirausahawan sambil menjelaskan pengaruh berbagai faktor. Berdasarkan hal ini, penelitian ini mengusulkan kerangka penelitian dan merumuskan hipotesis penelitian terkait. Selanjutnya dijelaskan langkah-langkah studi empiris, proses pengumpulan data dan metodologinya. Kemudian hasil dan temuan penelitian utama dibahas, diikuti dengan implikasi teoritis maupun praktis dari penelitian beserta keterbatasan dan arah penelitian di masa depan.

THEORETICAL FRAMEWORK

Crowdfunding and Entrepreneurial Intention

Kirby dan Worner (2014) menemukan bahwa pertumbuhan *crowdfunding* terjadi karena lembaga keuangan formal ragu-ragu untuk menyediakan pembiayaan serta para peminjam tidak dapat meminjam dengan suku bunga tinggi. Ada empat bentuk *crowdfunding* yang dapat dieksplorasi oleh seorang wirausahawan untuk mengumpulkan dana: donasi, hadiah, ekuitas, dan *crowdfunding* berbasis pinjaman (Baber, 2022). Pengusaha perlu memahami metode dan cara untuk mendapatkan pendanaan; itu adalah salah satu dasar penelitian kewirausahaan (Short *et al.*, 2017). Giones dan Brem (2019) menyarankan bahwa platform *crowdfunding* membantu pengusaha yang berkembang untuk mengumpulkan dana pada saat yang sama dengan mengkomersialkan produk atau layanan mereka di pasar dengan cara lebih mudah dan lebih nyaman (H. Kim & Moor, 2014).

Crowdfunding menjadi salah satu kekuatan penting dalam keuangan perusahaan dan bisnis (Vealey & Gerding, 2016). *Crowdfunding* sangat mempengaruhi potensi kewirausahaan (Sarto & Magni, 2019). Nisar *et al.*, (2020) menyatakan bahwa *crowdfunding* telah muncul sebagai suatu kesempatan yang sangat menarik, khususnya di negara yang masih berkembang, terutama bagi mereka yang tidak mampu mengumpulkan dana melalui metode tradisional yang juga lebih mudah dan nyaman (Baber, 2022; H. Kim & Moor, 2014). Hubungan antara pencari modal dan penyedia modal tergantung pada konteks dan maksud dari kebutuhan yang ada (Belleflamme *et al.*, 2010). Perilaku penyandang dana dipengaruhi oleh potensi proyek, durasi kampanye dan kedekatan geografis (Agrawal *et al.*, 2012; Burtch *et al.*, 2013; Gleasure & Feller, 2016). Banyaknya negara yang penelitiannya telah menyoroti relevansi banyak operator, pada tingkat kelembagaan yang dapat mempengaruhi evolusi *crowdfunding* (Mollick, 2014), menyoroti dampak dari kewirausahaan ekosistem dalam merangsang kewirausahaan baru di bidang ini.

Meskipun *crowdfunding* lahir sebagai solusi untuk menghimpun dana di sektor kreatif dan sosial, biasanya dengan imbalan nonmoneter (Hemer, 2011), difusi *crowdfunding* yang lebih *intens* dalam sistem ekonomi telah berkembang ke arah kewirausahaan (Bento *et al.*, 2019; Vasiliadou *et al.*, 2016). Secara umum, ini terjadi dalam konsep perusahaan sosial, terutama di bidang teknologi (Giudice *et al.*, 2019). Dalam memulai bisnis, para wirausahawan mengevaluasi sumber pembiayaan yang ada, dan *crowdfunding* telah muncul sebagai alternatif yang layak untuk para wirausahawan.

Baber (2022), M. J. Kim & Hall (2020), Sarto dan Magni (2019) telah melihat hubungan antara niat kewirausahaan dan *crowdfunding* telah menemukan korelasi yang positif.

H1. *Crowdfunding* memiliki pengaruh signifikan positif kepada *entrepreneurial intention*.

Mobile Payment and Entrepreneurial Intention

Mobile payment dapat diartikan sebagai bentuk khusus dari penanganan perihal pembayaran secara elektronik (Schierz *et al.*, 2010). *Mobile payment* memungkinkan penggunaannya untuk melakukan pembelian dan pembayaran suatu produk melalui *smartphone* mereka (Phonthanakitithaworn *et al.*, 2015). Sejauh mana penggunaan *mobile payment* akan berdampak pada kinerja dalam berwirausaha dan sangat tergantung pada apakah ada lingkungan yang mendukung (Robertson *et al.*, 2016). Porteous mendefinisikan lingkungan yang memungkinkan sebagai seperangkat kondisi yang mempromosikan lintasan pengembangan pasar yang berkelanjutan. Yang menarik adalah lingkungan di mana akses luas mungkin terjadi (Porteous, 2016). Pengalaman pribadi bagi banyak orang menunjukkan bahwa teknologi saat ini ramah penggunaannya dan studi sebelumnya tentang adopsi penggunaan *mobile payment* menunjukkan bahwa kegunaan, kecepatan, dan kenyamanan layanan itu sendiri yang diperhitungkan dalam mendukung kegiatan berkembangnya usaha (Inglese *et al.*, 2004).

Studi lain yang relevan di lapangan telah menekankan perlunya standar teknologi umum (Zimmerman & Dahlberg, 2008), kepercayaan atas nama pengguna dan kematangan beberapa faktor psikologis dan sosial (Pei *et al.*, 2012). Semua aspek ini sangat terkait dengan konsep risiko yang terkait dengan pembayaran seluler, yang harus mencegah seseorang untuk mengkonseptualisasikannya sebagai hubungan positif. Sebaliknya, untuk menguji harapan khusus ini, hipotesis berikut telah dirumuskan.

H2. *Mobile payment* memiliki pengaruh signifikan positif kepada *entrepreneurial intention*.

Blockchain and Entrepreneurial Intention

Blockchain telah menjadi populer karena munculnya bitcoin. Namun, teknologi ini tidak terbatas pada bidang keuangan. *Blockchain* awalnya berarti blok mata uang kripto yang dihubungkan oleh rantai. Konsep baru ini mendapat perhatian yang signifikan

di *FinTech* (Mu, 2016). *Blockchain* merupakan teknologi keuangan yang berkembang pesat, merevolusi cara orang berurusan dengan bisnis (DiNizo, 2018).

Untuk memastikan integritas utilitas apa pun (produk, proses, atau lainnya) yang memungkinkan untuk mengaktifkan tokenisasinya, menggunakan jaringan terdesentralisasi yang dapat disebut blockchain, token ini dapat dijual tidak hanya untuk mendapatkan akses ke produk dan atau proses yang disebutkan di atas. tetapi juga, misalnya, untuk memasukkan modal bisnis. Bahkan, investasi ekuitas saat ini dimungkinkan. Misalnya, dengan penerapan undang-undang “*Jumpstart Our Business Start-up (JOBS)*” 2012 di AS (Goulding *et al.*, 2013), pengusaha dan pemilik usaha kecil memiliki kesempatan untuk mencari investasi saham atau obligasi dari publik, seringkali dalam bentuk *crowdfunding* (Stemler, 2013). Bakos dan Halaburda (2021) mengatakan dalam hal ini, token kewirausahaan kripto dapat mempercepat harmonisasi di antara beberapa operator yang dapat bertindak dalam suatu ekosistem dengan *blockchain* yang memungkinkan hubungan yang lebih transparan, andal, dan lancar di antara pengusaha dan calon investor (Cong *et al.*, 2021). Kemungkinan besar, semakin baik kinerja *blockchain*, semakin baik vitalitas ekosistem wirausaha (Li & Mann, 2018). Untuk menguji hal ini, hipotesis berikut telah dirumuskan.

H3. *Blockchain* memiliki pengaruh signifikan positif kepada *entrepreneurial intention*.

RESEARCH METHOD

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., *et al.*, 2020:229). Data dikumpulkan melalui survei online di seluruh Indonesia, yang dipilih sebagai contoh umum untuk negara berkembang. Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran 220 kuesioner kepada responden yang merupakan di kalangan pengusaha muda. Selanjutnya data tersebut akan dianalisa menggunakan metode regresi berganda. Para responden diyakinkan bahwa tidak ada detail atau informasi pribadi yang diperlukan di dalam survei tersebut sehingga identitas mereka akan tetap anonim. Survei ini dilakukan secara global pada periode 18 Juli 2022 (pengajuan pertama) hingga 28 Agustus 2022 (tanggapan terakhir). Sampel berisi total 220 orang responden.

Pertanyaan survei dikembangkan melalui penelitian sebelumnya dalam konteks latar belakang penelitian ini (yaitu ekosistem *FinTech* mempengaruhi minat wirausahawan muda). Uji coba dilakukan pada pengusaha muda untuk memeriksa validitas dan reliabilitas kuesioner. Untuk membantu orang memahami konsep *crowdfunding*, *mobile payment*, *entrepreneurial education*, dan *blockchain*. Deskripsi singkat, untuk klarifikasi diberikan di awal kuesioner. Kuesioner dibagi menjadi empat bagian utama yang berbeda: *entrepreneurial intention*, *crowdfunding*, *mobile payment*, dan *blockchain*. Totalnya terdapat 22 indikator yang mewakili empat variabel yang dipakai didalam penelitian ini, dimana total 3 indikator yang akan mengukur *entrepreneurial intention* yang di ambil dari studi (Acs *et al.*, 2012), 9 indikator yang akan mengukur variabel *crowdfunding* yang diambil dari studi (Malhotra *et al.*, 2004; Sharma & Lertnuwat, 2016), 5 indikator yang akan mengukur variabel *mobile payment* yang diambil dari studi (Chen *et al.*, 2020), dan juga 5 indikator yang akan mengukur variabel *blockchain* yang diambil dari studi (Bentler & Chou, 1987; Bryant & Yarnold, 1995; Y. Chen, 2018). Skala Likert lima poin digunakan untuk menilai item di dalam penelitian ini, di mana 1 sampai dengan 5 yang dimulai dengan sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

DISCUSSION AND RESULT

Penelitian ini dilakukan terhadap para pengusaha muda dalam penggunaan *FinTech* untuk mempengaruhi minat berwirausaha. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jenis kelamin sebagian besar responden adalah pria berjumlah 152 (69,1%), usia responden berada di umur antara 21-25 tahun responden yaitu sebanyak 118 (53,6%) dengan pendidikan terakhir sebagian besar merupakan lulusan Strata 1/Diploma 4 sebanyak 121 (55%) responden, dan lebih dari separuh responden mendapatkan training atau pendidikan tentang *entrepreneurship* (berwirausaha) sebanyak 180 (81,8%) responden.

Data yang telah dikumpulkan kemudian diuji outlier dan terdapat 16 data yang dihapus karena nilai *z-score* berada dibawah -3.0 dan diatas 3 (Ghozali, 2011) dan semua variabel yang digunakan menunjukkan hasil yang valid karena hasil muatan faktor menunjukkan nilai lebih dari 0,55 (Sugiyono, 2011) pada uji validitas. Uji reliabelitas pada nilai *cronbach alpha* semua variabel di penelitian ini adalah > 0,60 sehingga kuesioner yang peneliti gunakan dinyatakan reliabel (Hair *et al.*, 2006).

Penelitian ini menggunakan Uji Normalitas Visual (Normal P-Plot) dengan visual bahwa titik-titik berada atau mendekati dari garis diagonal yang merupakan garis distribusi normal. Penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas pada model regresinya karena semua hasil dari pengujian nilai *VIF* untuk variabel regresi setiap variabel berada di bawah 10 dan nilai dari *tolerance* berada di atas 0,10 (Ghozali, 2011). Hal tersebut juga sama dengan uji heteroskedastisitas dimana hasil dari nilai signifikan antara variabel independen dengan *absolute residual* lebih dari 0,05 (Nazaruddin & Basuki, 2015) sehingga setiap variabel tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil uji F penelitian ini bisa dilihat berdasarkan tabel 2 bahwa model regresi yang diteliti oleh peneliti dapat digunakan untuk memprediksikan dependen, karena digambarkan dalam pengujian *Fehling* yaitu sebesar 63,122 dan diperoleh nilai signifikan berupa 0,001 dengan nilai signifikan yaitu lebih kecil dari 0,05 (Kuncoro, 2009).

Pada hasil data uji t dapat dikatakan signifikan jika hasil dari nilai output sig adalah kecil dari 0,05 (sugiyono, 2018). Hasil signifikan dari data uji t penelitian ini dapat dilihat sesuai tabel diatas yaitu nilai signifikan setiap variabel lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel *crowdfunding*, *mobile payment*, dan *blockchain* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *entrepreneurial intentions*.

Hipotesis pertama (H1) terdapat pengaruh signifikan positif antara *crowdfunding* terhadap *entrepreneurial intentions*. Hasil ini konsisten dengan penelitian dari Baber (2022), Bruton *et al.* (2015), Gerber *et al.* (2012), H. Kim dan Moor (2014), M. J. Kim dan Hall (2020), Nisar *et al.* (2020), Sarto dan Magni (2019) menyatakan *crowdfunding* menjadi alternatif yang layak bagi para wirausahawan dalam hal pembiayaan, terutama bagi mereka yang tidak mampu mengumpulkan dana melalui metode tradisional. sehingga *crowdfunding* sangat mempengaruhi potensi minat kewirausahaan khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Hasil penelitian ini juga mengkonfirmasi penelitian Abdalhakeem dan Mostafa (2018) dan Ivanovici dan Baber (2021) yang menunjukkan bahwa *crowdfunding* berpotensi membuka pembiayaan kewirausahaan kepada massa; kemudian, dengan menggabungkan *crowdfunding* dan keuangan mikro dapat mempercepat pemberantasan kemiskinan dengan banyaknya bermunculan wirausahawan baru, sehingga *crowdfunding* secara positif mempengaruhi *entrepreneurial intentions*.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian Ordanini *et al.*, (2011) yang menyatakan *crowdfunding* menawarkan dukungan dan layanan yang signifikan bagi *entrepreneur* dengan memberikan riset pasar pra-penjualan dan strategi pemasaran (dari mulut ke mulut). Layanan yang diberikan oleh *crowdfunding* memungkinkan pengusaha untuk memeriksa kelayakan proyek dan mendapatkan *feedback* atau kebijaksanaan orang banyak tanpa biaya tambahan. Selain itu, bahkan pasar modal tradisional melihat *crowdfunding* sebagai langkah nilai tambah, yaitu pasar modal tradisional dapat mendukung para wirausaha setelah mereka berhasil (Burns, 2013). Pengusaha dapat menggunakan situs web *crowdfunding* untuk memverifikasi pasar yang ada dan untuk menjelajahi titik harga yang berbeda. Oleh karena itu, *crowdfunding* telah memperbesar pasar untuk para *entrepreneur* dalam berwirausaha (Cumming & Johan, 2013).

Khan dan Baarmah (2017) menyoroti bahwa *crowdfunding* telah memajukan munculnya *platform* kreatif di mana berbagai *platform* menjangkau merek wirausaha untuk memfasilitasi operasi bisnis mereka. Beberapa penelitian menegaskan bahwa aspek *crowdfunding* seharusnya tidak hanya dilihat dari perspektif keuangan tetapi juga sebagai proses yang mengarah pada pembentukan model bisnis yang inovatif bagi *entrepreneur* (Bendickson *et al.*, 2017; Iršič, 2017; Lehner *et al.*, 2015; Orlandi, 2017). Talla *et al.*, (2018) menyatakan bahwa *crowdfunding* memberikan manfaat besar bagi pengusaha dan membantu memajukan aspek kreatif dalam pengaturan kewirausahaan sehingga menimbulkan minat berwirausaha.

Hipotesis kedua (H2) terdapat pengaruh signifikan positif antara *mobile payment* terhadap *entrepreneurial intentions*. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian Inglese *et al.*, (2004) bahwa pengalaman pribadi bagi banyak orang menunjukkan bahwa teknologi saat ini ramah penggunaannya dan studi sebelumnya tentang adopsi penggunaan *mobile payment* menunjukkan bahwa kegunaan, kecepatan, dan kenyamanan layanan itu yang diperhitungkan dalam mendukung kegiatan berkembangnya usaha dan dengan penggunaan *mobile payment* dapat mempermudah kegiatan berwirausaha, sehingga hal tersebut secara positif mempengaruhi *entrepreneurial intentions*. Hal ini juga relevan dengan pendapat dari Porteous (2016) yang mengatakan sejauh mana penggunaan *mobile payment* akan berdampak pada kinerja dalam berwirausaha dan sangat tergantung pada apakah ada lingkungan yang mendukung. Porteous (2016) mendefinisikan lingkungan yang memungkinkan sebagai

seperangkat kondisi yang mempromosikan lintasan pengembangan pasar yang berkelanjutan. Hal yang menarik adalah lingkungan di mana akses luas mungkin terjadi dalam berwirausaha dan meningkatkan minat para *entrepreneur*.

Hipotesis ketiga (H3) terdapat pengaruh signifikan positif antara *blockchain* terhadap *entrepreneurial intentions*. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian dari Bakos dan Halaburda (2021), Cong et al. (2021), Li dan Mann (2018) dan Stemler (2013) bahwa pengusaha dan pemilik usaha kecil memiliki kesempatan untuk mencari investasi saham atau obligasi dari publik dan token kewirausahaan kripto dapat mempercepat harmonisasi di antara beberapa operator yang dapat bertindak dalam suatu ekosistem, maka dengan adanya *blockchain* yang memungkinkan hubungan yang lebih transparan, andal, dan lancar di antara pengusaha dan calon investor, sehingga apabila semakin baik kinerja *blockchain* semakin baik vitalitas ekosistem wirausaha dan akan semakin baik juga minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Morkunas *et al.*, (2019) yang menunjukkan bahwa *blockchain* menjanjikan di banyak aplikasi organisasi dengan dampak langsung pada model bisnis dan rantai nilai. *Survei Credit Suisse* (2016) mengidentifikasi penggunaan teknologi *blockchain* oleh para *entrepreneur* bisa mengurangi biaya operasional, waktu pembayaran yang lebih pendek, pengurangan risiko, peluang pendapatan baru dan pengurangan biaya modal, oleh karena semua hal tersebut yang menjadi faktor-faktor yang memotivasi niat kewirausahaan. Selain itu, menurut beberapa penelitian, teknologi *blockchain* mewakili beberapa peluang untuk berwirausaha (Morkunas *et al.*, 2019; Startups *et al.*, 2019) karena wirausahawan dapat mengurangi biaya transaksi mereka dengan mengumpulkan dana dengan proses yang aman (Mahto *et al.*, 2018; Mahto & Khanin, 2013). Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian Belleflamme *et al.* (2010) dan Mollick (2014) yang mengatakan *blockchain* melakukan penggalangan dana dengan sangat terlokalisasi; investor biasanya berinvestasi hanya di perusahaan dalam jaringan sosial dan komunitas lokal mereka tetapi *blockchain* merevolusi penggalangan dana. Untuk pertama kalinya, *entrepreneur* dapat mengumpulkan dana dari rata-rata investor di seluruh dunia. *Blockchain* bersifat terbuka untuk hampir semua orang yang memiliki akses internet. Selain itu, penawaran ini secara *inherent* bersifat global dan dengan demikian dapat mengumpulkan dana dari investor global. *Blockchain* membentuk kembali penggalangan dana dan

mendemokratisasi akses ke modal keuangan, memungkinkan proyek yang menjanjikan untuk didanai dengan lebih mudah.

KESIMPULAN

FinTech menjadi topik yang sedang tren pada saat ini, hal tersebut dapat dilihat bahwa banyaknya perusahaan besar yang telah mapan secara global menggunakan *FinTech*, sehingga banyak spekulasi tentang potensinya untuk menggantikan model bisnis yang ada. Dalam hal ini, penelitian ini bermaksud untuk menganalisis dampak potensial dari beberapa determinan *FinTech*, yaitu *crowdfunding*, *mobile payment*, dan *blockchain* terhadap niat wirausaha muda. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pengetahuan, ketersediaan dan aksesibilitas *crowdfunding*, *mobile payment*, dan *blockchain* berdampak signifikan positif pada niat wirausaha muda. *FinTech* bertindak sebagai kontributor kuat untuk ekosistem kewirausahaan agar bisa membantu para wirausahawan muda yang fokus pada aplikasi terkait untuk meningkatkan pembiayaan bagi perusahaan rintisan dan proyek inovatif yang sedang dijalankan. Selain itu, pendidikan kewirausahaan memberikan pengaruh yang relevan terhadap niat wirausahawan muda.

Hasilnya menunjukkan bahwa pengusaha muda di Indonesia tertarik pada platform teknologi baru dan membangun pengetahuan tentang kewirausahaan. Jika didukung, pengusaha muda ingin meluncurkan proyek mereka dengan memanfaatkan teknologi keuangan baru, tanpa memandang jenis kelamin pengusaha. Akhirnya, semua komponen utama modal intelektual tampaknya terwakili dalam skenario yang mungkin sedang diselidiki dalam studi saat ini: modal manusia (berkaitan dengan pendidikan kewirausahaan) dan modal struktural (berkaitan dengan ekosistem *Fintech*). Penelitian ini juga menyarankan agar dilakukan studi di masa yang akan datang agar diperoleh hasil interaksi yang komprehensif, konsentrat dan akurat antara pengaruh niat wirausaha muda terhadap ekosistem *FinTech* dan variabel-variabelnya.

REFERENCES

- Abdalhakeem, O., & Mostafa, F. (2018). Crowdfunding platforms as an innovative way of funding projects. *Alejtehad Journal for Legal and Economic Studies*, 7(1), 291–308.
- Acs, Z. J., Autio, E., & Szerb, L. (2012). National Systems of Entrepreneurship: Measurement Issues and Policy Implications. *SSRN Electronic Journal*, 1–56. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2008160>

- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2012). The Geography of Crowdfunding. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1692661>
- Anwar, I., & Saleem, I. (2019). Exploring entrepreneurial characteristics among university students: an evidence from India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(3), 282–295. <https://doi.org/10.1108/apjie-07-2018-0044>
- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W., & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 72–95. <https://doi.org/10.1002/sej.1266>
- Baber, H. (2022). Entrepreneurial and Crowdfunding Intentions of Management Students in South Korea. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 18(1), 47–61. <https://doi.org/10.47556/j.wjemsd.18.1.2022.3>
- Bakos, Y., & Halaburda, H. (2021). The Role of Cryptographic Tokens and ICOs in Fostering Platform Adoption. *SSRN Electronic Journal*, July. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3426940>
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2010). Crowdfunding: An industrial organization perspective. *Business*, May 2014, 25–26. http://economix.fr/pdf/workshops/2010_dbm/Belleflamme_al.pdf
- Bendickson, J., Muldoon, J., Liguori, E., & Midgett, C. (2017). High performance work systems: A necessity for startups. *Journal of Small Business Strategy*.
- Bentler, P. ., & Chou, C.-P. (1987). Practical Issues in Structural Modeling. In *Sociological Methods & Research* (Vol. 16, Issue 1, pp. 78–117).
- Bento, N., Gianfrate, G., & Groppo, S. V. (2019). Do crowdfunding returns reward risk? Evidences from clean-tech projects. *Technological Forecasting and Social Change*, 141(June), 107–116. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.007>
- Berman, A., Cano-Kollmann, M., & Mudambi, R. (2022). Innovation and entrepreneurial ecosystems: fintech in the financial services industry. *Review of Managerial Science*, 16(1), 45–64. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00435-8>
- Bruton, G., Khavul, S., Siegel, D., & Wright, M. (2015). New financial alternatives in seeding entrepreneurship: Microfinance, crowdfunding, and peer-to-peer innovations. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(1), 9–26. <https://doi.org/10.1111/etap.12143>
- Bryant, F. ., & Yarnold, P. . (1995). Principal-components analysis and exploratory and confirmatory factor analysis. *N Grimm, L.G. and Yarnold, P.R. (Eds), Reading and Understanding Multivariate Statistics*, American Psychological Association, Washington, D.C, 99–136.
- Burns, M. (2013). *Pebble nabs \$15M in funding, outs Pebblekit SDK and Pebble Sports API to spur smart watch app development*. <https://techcrunch.com/2013/05/16/pebble-nabs-15m-in-funding-outs-pebblekit-sdk-and-pebble-sports-api-to-spur-smartwatch-app-development/>
- Burtch, G., Ghose, A., & Wattal, S. (2013). An empirical examination of the antecedents and consequences of contribution patterns in crowd-funded markets. *Information Systems Research*, 24(3), 499–519. <https://doi.org/10.1287/isre.1120.0468>
- Campanella, F., Serino, L., Battisti, E., Christofi, M., & Giakoumelou, A. (2020). Financial Technology: Evidence in the European Banking System. *2020 IEEE International Conference on Technology Management, Operations and Decisions, ICTMOD 2020*. <https://doi.org/10.1109/ICTMOD49425.2020.9380589>

- Caputo, F., Magni, D., Papa, A., & Corsi, C. (2021). Knowledge hiding in socioeconomic settings: Matching organizational and environmental antecedents. *Journal of Business Research*, 135(June), 19–27. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.012>
- Chen, X., Su, L., & Carpenter, D. (2020). Impacts of Situational Factors on Consumers' Adoption of Mobile Payment Services: A Decision-Biases Perspective. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(11), 1085–1093. <https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1722400>
- Chen, Y. (2018). Blockchain tokens and the potential democratization of entrepreneurship and innovation. *Business Horizons*, 61(4), 567–575. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.03.006>
- Cong, L. W., Li, Y., & Wang, N. (2021). Tokenomics: Dynamic Adoption and Valuation. *Review of Financial Studies*, 34(3), 1105–1155. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhaa089>
- Cumming, D., & Johan, S. (2013). Demand-driven securities regulation: evidence from crowdfunding. *Venture Capital*, 15(4), 361–379. <https://doi.org/10.1080/13691066.2013.847635>
- DiNizo, A. (2018). From Alice to Bob: The Patent Eligibility of Blockchain in a Post-CLS Bank World. *Journal of Law, Technology, & the Internet*, 9(1), 1 (2nd).
- Ferraris, A., Santoro, G., & Bresciani, S. (2017). Open innovation in multinational companies' subsidiaries: The role of internal and external knowledge. *European Journal of International Management*, 11(4), 452–468. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2017.085583>
- Festa, G., Metallo, G., Cuomo, M. T., & Situm, M. (2019). Crowdfunding in wine business as financing opportunity for smaller wineries. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 10(3), 278–292. <https://doi.org/10.1504/IJGSB.2019.100126>
- Gerber, E. M., Hui, J. S., & Kuo, P.-Y. (2012). Crowdfunding: Why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms. *Proc. of the International Workshop on ...*, February, 10. http://juliehui.org/wp-content/uploads/2013/04/CSCW_Crowdfunding_Final.pdf
- Ghozali, I. (2011). *Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Mult.pdf*.
- Giones, F., & Brem, A. (2019). Crowdfunding as a tool for innovation marketing: technology entrepreneurship commercialization strategies. *Handbook of Research on Techno-Entrepreneurship: Ecosystems, Innovation and Development, Third Edition, March*, 156–174. <https://doi.org/10.4337/9781786439079.00016>
- Giudice, M. Del, Garcia-Perez, A., Scuotto, V., & Orlando, B. (2019). Are social enterprises technological innovative? A quantitative analysis on social entrepreneurs in emerging countries. *Technological Forecasting and Social Change*, 148. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.07.010>
- Gleasure, R., & Feller, J. (2016). Emerging technologies and the democratisation of financial services: A metatriangulation of crowdfunding research. *Information and Organization*, 26(4), 101–115. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2016.09.001>
- Gomes, S., Morais Lopes, J., Oliveira, J., Oliveira, M., Santos, T., & Sousa, M. (2021). The Impact of Gender on Entrepreneurial Intention in a Peripheral Region of Europe: A Multigroup Analysis. *Social Sciences*, 10(11), 415. <https://doi.org/10.3390/socsci10110415>

- Goulding, C. ., Bonafe, A., & Savell, G. (2013). The R&D tax credits and the US 3D printing initiative. *Corporate Business Tax Monthly*, 15, 21–24.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2006). *Multivariate Data Analysis 7th Edition.pdf* (pp. 1–761).
- Hemer, J. (2011). A snapshot on crowdfunding. *Enconstor*, 39.
- Hornuf, C. H. L. (2016). The Emergence of the Global Fintech Market : Economic and Technological Determinants Christian Haddad The Emergence of the Global Fintech Market : Economic and Technological Determinants Abstract. *Small Business Economics*, 53(1), 81–105.
- Inglese, M., Mancardi, G. L., Pagani, E., Rocca, M. A., Murialdo, A., Saccardi, R., Comi, G., Marrosu, M. G., La Nasa, G., Cocco, E., Cherchi, V., Lugaresi, A., Di Bartolomeo, P., Farina, D., Ialori, C., Tartaro, A., Massacesi, L., Pagliai, F., Bosi, A., ... Filippi, M. (2004). Brain tissue loss occurs after suppression of enhancement in patients with multiple sclerosis treated with autologous haematopoietic stem cell transplantation. *Journal of Neurology, Neurosurgery and Psychiatry*, 75(4), 643–644.
- Inshakova, A. O., Frolova, E. E., Rusakova, E. P., & Kovalev, S. I. (2020). The model of distribution of human and machine labor at intellectual production in industry 4.0. *Journal of Intellectual Capital*, 21(4), 601–622. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2019-0257>
- Iršič, M. (2017). The effect of adaptation and trust on positional advantage of companies in B2B relationships: The moderating role of relationship value. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* , 30(1), 76–90. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1305781>
- Ivanovici, M. F., & Baber, H. (2021). The Role of Entrepreneurial Intentions, Perceived Risk and Perceived Trust in Crowdfunding Intentions. *Engineering Economics*, 32(5), 433–445. <https://doi.org/10.5755/J01.EE.32.5.29300>
- Khan, M. R., & Baarmah, J. M. (2017). Building a case for crowdfunding platforms in Saudi Arabia. *Middle East Journal of Entrepreneurship, Leadership and Sustainable Development*, 1(1), 43–60.
- Kim, H., & Moor, L. de. (2014). The Case of Crowdfunding in Financial Inclusion: A Survey. *Strategic Change*, 23, 63–80. <https://doi.org/10.1002/jsc>
- Kim, M. J., & Hall, C. M. (2020). Can sustainable restaurant practices enhance customer loyalty? The roles of value theory and environmental concerns. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43(June), 127–138. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.03.004>
- Kirby, E., & Worner, S. (2014). Crowdfunding : An infant industry growing fast. *Iosco*, 1–62. <http://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOD459.pdf%0Ahttp://www.iosco.org/research/pdf/swp/Crowd-funding-An-Infant-Industry-Growing-Fast.pdf>
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (3rd ed.). Erlangga.
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35–46. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003>
- Lehner, O. M., Grabmann, E., & Ennsgraber, C. (2015). Entrepreneurial implications of crowdfunding as alternative funding source for innovations. *Venture Capital*, 17(1–2), 171–189. <https://doi.org/10.1080/13691066.2015.1037132>

- Leong, K. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>
- Li, J., & Mann, W. (2018). Initial Coin Offering and Platform Building. *SSRN Electronic Journal*, 1–43. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3088726>
- Mahto, R. V., Ahluwalia, S., & Walsh, S. T. (2018). The diminishing effect of VC reputation: Is it hypercompetition? *Technological Forecasting and Social Change*, 133(December 2016), 229–237. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.04.018>
- Mahto, R. V., & Khanin, D. (2013). Speed of Venture Financing for Emerging Technology-Based Entrepreneurial Firms as a Function of Founder Reputation. *Creativity and Innovation Management*, 22(1), 84–95. <https://doi.org/10.1111/caim.12018>
- Malhotra, N. K., Kim, S. S., & Agarwal, J. (2004). Internet users' information privacy concerns (IUIPC): The construct, the scale, and a causal model. *Information Systems Research*, 15(4), 336–355. <https://doi.org/10.1287/isre.1040.0032>
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
- Morkunas, V. J., Paschen, J., & Boon, E. (2019). How blockchain technologies impact your business model. *Business Horizons*, 62(3), 295–306. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.01.009>
- Mu, Q. (2016). *Report on Survey of Blockchain Technology: Potential to Disrupt All Industries*. <https://www.chainnode.com/doc/415>
- Murray, A., & Palladino, R. (2020). “Developing human capitals in today’s entrepreneurs: a practitioner perspective.” *Journal of Intellectual Capital*, 22(4), 681–702. <https://doi.org/10.1108/JIC-08-2019-0202>
- Nazaruddin, I., & Basuki, A. T. (2015). *Analisis Statistik dengan SPSS*. Danisa Media.
- Nisar, T. M., Prabhakar, G., & Torchia, M. (2020). Crowdfunding innovations in emerging economies: Risk and credit control in peer-to-peer lending network platforms. *Strategic Change*, 29(3), 355–361. <https://doi.org/10.1002/jsc.2334>
- Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M., & Parasuraman, A. (2011). Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of Service Management*, 22(4), 443–470. <https://doi.org/10.1108/09564231111155079>
- Orlandi, L. B. (2017). Am I an entrepreneur? Identity struggle in the contemporary women entrepreneurship discourse. *Contemporary Economics*, 11(4), 487–498.
- Paoloni, M., Coluccia, D., Fontana, S., & Solimene, S. (2020). Knowledge management, intellectual capital and entrepreneurship: a structured literature review. *Journal of Knowledge Management*, 24(8), 1797–1818. <https://doi.org/10.1108/JKM-01-2020-0052>
- Pei, X., Lu, X., Liu, J., Liu, D., Yang, Y., Ostrikov, K., Chu, P. K., & Pan, Y. (2012). Inactivation of a 25.5µm *Enterococcus faecalis* biofilm by a room-temperature, battery-operated, handheld air plasma jet. *Journal of Physics D: Applied Physics*, 45(16). <https://doi.org/10.1088/0022-3727/45/16/165205>
- Phonthanukithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. (2015). User intentions to adopt mobile payment services: A study of early adopters in Thailand. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1).

- Porteous, D. (2016). *the Enabling Environment for Mobile Banking in Africa Report*. 1–57. www.bankablefrontier.com
- Prof., D. sugiyono. (2011). prof. dr. sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. intro (PDFDrive).pdf. In *Bandung Alf* (p. 143).
- Robertson, H. D., Elliott, A. M., Burton, C., Iversen, L., Murchie, P., Porteous, T., & Matheson, C. (2016). Resilience of primary healthcare professionals: A systematic review. *British Journal of General Practice*, *66*(647), e423–e433. <https://doi.org/10.3399/bjgp16X685261>
- Rossi, M., Festa, G., Papa, A., Kolte, A., & Piccolo, R. (2020). Knowledge management behaviors in venture capital crossroads: a comparison between IVC and CVC ambidexterity. *Journal of Knowledge Management*, *24*(10), 2431–2454. <https://doi.org/10.1108/JKM-05-2020-0328>
- Sarto, N. del, & Magni, D. (2019a). How dynamic capabilities matter for the implementation of a successful equity crowdfunding campaign. *Cybernetics and Systems, October 2019*, 96–100. <https://doi.org/10.4324/9780429486982-22>
- Sarto, N. Del, & Magni, D. (2019b). How dynamic capabilities matter for the implementation of a successful equity crowdfunding campaign. *Cybernetics and Systems, October 2019*, 96–100. <https://doi.org/10.4324/9780429486982-22>
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, *9*(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>
- Scuotto, V., Del Giudice, M., Garcia-Perez, A., Orlando, B., & Ciampi, F. (2020). A spill over effect of entrepreneurial orientation on technological innovativeness: an outlook of universities and research based spin offs. *Journal of Technology Transfer*, *45*(6), 1634–1654. <https://doi.org/10.1007/s10961-019-09760-x>
- Sharma, S., & Lertnuwat, L. (2016). The financial crowdfunding with diverse business models. *Journal of Asian and African Social Science and Humanities*, *2*(2), 4–89.
- Short, J. ., Ketchen, D. ., McKerry, A., Allison, T., & Ireland, R. (2017). Research on crowdfunding: reviewing the (very recent) past and celebrating the present. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *41*(2), 149–160.
- Start-ups, B., Out, V., Capital, V., & Here, A. I. (2019). *Out from Venture Capital!* *28*(3), 32–44.
- Stemler, A. R. (2013). The JOBS Act and crowdfunding: Harnessing the power-and money-of the masses. *Business Horizons*, *56*(3), 271–275. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.01.007>
- sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Survei Credit Suisse*. (2016). CreditSuisse.Com
- Talla, S. A. El, Al Shobaki, M. J., Abu-Naser, S. S., & Amuna, Y. M. A. (2018). *Crowdfunding Role in Boosting the Entrepreneurial Creativity of University Students*.
- Thomas Dapp. (2014). Fintech – The digital (r)evolution in the financial sector. *DB Research , Frankfurt am Main*, 39. www.dbresearch.com
- Vaio, A. Di, Palladino, R., Hassan, R., & Escobar, O. (2020). Artificial intelligence and business models in the sustainable development goals perspective: A systematic literature review. *Journal of Business Research*, *121*(January), 283–314. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.019>
- Vasiliadou, I. A., Sánchez-Vázquez, R., Molina, R., Martínez, F., Melero, J. A., Bautista, L. F., Iglesias, J., & Morales, G. (2016). Biological removal of

- pharmaceutical compounds using white-rot fungi with concomitant FAME production of the residual biomass. *Journal of Environmental Management*, 180, 228–237. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2016.05.035>
- Vealey, K. P., & Gerding, J. M. (2016). Rhetorical work in crowd-based entrepreneurship: Lessons learned from teaching crowdfunding as an emerging site of professional and technical communication. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 59(4), 407–427. <https://doi.org/10.1109/TPC.2016.2614742>
- Zimmerman, A., & Dahlberg, J. (2008). The sexual objectification of women in advertising: A contemporary cultural perspective. *Journal of Advertising Research*, 48(1), 71–79. <https://doi.org/10.2501/S0021849908080094>
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

TABLE AND FIGURE

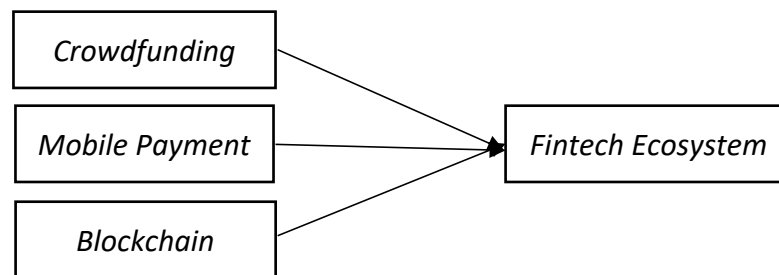


Figure 1 Conceptual Framework

Table 1 Variables Measurement

Variable	Measurement	Sources
Entrepreneurial intention	1. Saat ini saya fokus untuk pengembangan bisnis berbasis online	(Acs et al., 2012)
	2. Saya mencari peluang untuk menggunakan teknologi keuangan untuk memulai bisnis	
	3. Saya sepenuhnya berniat untuk memulai bisnis berbasis teknologi	
Crowdfunding	1. Aplikasi pengumpulan dana bersama (Crowdfunding) terintegrasi	(Malhotra et al., 2004) (Sharma & Lertnuwat, 2016)
	2. Pengumpulan dana bersama (Crowdfunding) membantu pemasaran dan mempromosikan kewirusahaan	
	3. Pengumpulan dana bersama (Crowdfunding) cocok untuk membiayai proyek-proyek kecil yang sedang berkembang	
	4. Pengumpulan dana bersama (Crowdfunding) adalah metode pendanaan singkat (satu tahun) untuk bisnis yang sudah ada	
	5. Pengumpulan dana bersama (Crowdfunding) mengurangi biaya pendanaan	
	6. Pengumpulan dana bersama (Crowdfunding) meningkatkan kemudahan untuk sarana pendanaan	
	7. Platform Pengumpulan dana bersama (Crowdfunding) dapat dipercaya	
	8. Pengumpulan dana bersama (Crowdfunding) memberikan kebebasan untuk menggunakan metode pembayaran yang ada	
	9. Pengumpulan dana bersama (Crowdfunding) membuat pembayaran yang efisien	

Mobile Payment	1. Pembayaran dengan handphone mudah digunakan	(X. Chen et al., 2020)
	2. Pembayaran dengan handphone memberi saya informasi terbaru	
	3. Orang yang pendapatnya saya hargai, lebih suka jika saya menggunakan pembayaran melalui handphone	
	4. Pembayaran dengan handphone sangat nyaman karena saya dapat menggunakannya kapan saja	
	5. Metode pembayaran dengan handphone lebih nyaman dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional	
Blockchain	1. Teknologi Blockchain meningkatkan transparansi karena transaksi yang ada di dalamnya dapat dilihat dan dibagikan kepada semua orang	(Bentler & Chou, 1987)
	2. Teknologi Blockchain meningkatkan kepercayaan	(Bryant & Yarnold, 1995)
	3. Teknologi Blockchain mengurangi risiko	(Y. Chen, 2018)
	4. Teknologi Blockchain mengurangi biaya transaksi	
	5. Teknologi Blockchain memastikan proses pembayaran yang cepat dan aman	

Tabel 2. Hasil Uji f

Model	F	Sig.
<i>Regression Residual</i>	63,122	0,001

Sumber: Data primer yang diolah (2022).

Tabel 3. Hasil Uji t

Variabel	B	Sig.	Keterangan
<i>Crowdfunding</i>	0,141	0,001	Signifikan Positif
<i>Mobile Payment</i>	0,116	0,006	Signifikan Positif
<i>Blockchain</i>	0,087	0,014	Signifikan Positif

a. *Dependent Variable: Total Entrepreneurial Intentions*

Sumber: Data primer yang diolah (2022).