

Reward-based crowdfunding bridges the funding gap of ventures that are in the process of realizing their ideas to the market. However, potential backers lack information on how the ventures will undertake the project execution process after receiving the funds, whereas these backers expect the project to succeed and to deliver their rewards. Building upon signalling theory, this paper investigates the role of entrepreneurial orientation rhetoric—which communicates the decision-making style and organizational strategy-making processes of entrepreneurial ventures—in reward-based crowdfunding. Further, this paper proposes that indicating an organizational structure provides backers a more accurate depiction of how ventures can translate their entrepreneurial orientation to strategic actions. This paper finds that autonomy and proactiveness rhetoric are positively related to crowdfunding performance, while risk taking rhetoric is negatively related. However, the indication of an organizational structure does not alter these relationships. Nevertheless, this paper explores possible explanations for these findings and their implications for future research.

**Keywords:** Reward-based crowdfunding, signaling, entrepreneurial orientation rhetoric, autonomy, proactiveness, risk taking, organizational structure

*Crowdfunding* berbasis insentif atau *reward-based crowdfunding* merupakan salah satu solusi dari kesulitan pendanaan pengusaha. Namun, para calon *investor* atau penyumbang tidak memiliki informasi yang cukup untuk menentukan bagaimana para pengusaha akan mengeksekusi proyek atau usaha mereka dengan dana yang diterima. Sementara itu para *investor* atau penyumbang mengharapkan proyek para pengusaha berhasil agar imbalan atau insentif yang dijanjikan dapat diterima. Berdasarkan teori *signalling*, kami menyelidiki peran retorika orientasi kewirausahaan yang mengomunikasikan gaya pengambilan keputusan dan proses pembuatan strategi organisasi ketika menggunakan *reward-based crowdfunding*. Selain itu, kami mengusulkan bahwa menunjukkan struktur organisasi memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai kemampuan perusahaan untuk mengubah orientasi kewirausahaan mereka menjadi tindakan strategis. Kami menemukan bahwa retorika otonomi dan proaktif berbanding lurus dengan kinerja pencarian dana, sementara retorika pengambilan risiko berbanding terbalik. Namun, adanya indikasi struktur organisasi tidak mengubah hubungan ini. Maka, kami juga mengeksplorasi berbagai hipotesis untuk temuan ini dan implikasinya untuk penelitian di masa depan.

Kata kunci: *Reward-based crowdfunding*, *signaling*, retorika orientasi kewirausahaan, otonomi, proaktif, pengambilan risiko, struktur organisasi