

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP NIAT  
BERINVESTASI GENERASI MILENIAL PADA PLATFORM  
*FINTECH* BERBASIS *EQUITY CROWDFUNDING* DENGAN  
KEPERCAYAAN PADA PLATFORM DAN *FUNDRAISER*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**



**Oleh**

**ULFA NADHIROH**

**NIM: 210501110081**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2024**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP NIAT  
BERINVESTASI GENERASI MILENIAL PADA PLATFORM  
*FINTECH* BERBASIS *EQUITY CROWDFUNDING* DENGAN  
KEPERCAYAAN PADA PLATFORM DAN *FUNDRAISER*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang untuk Memenuhi  
Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen (S.M)



**Oleh**

**ULFA NADHIROH**

**NIM: 210501110081**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN

**Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Niat Berinvestasi Generasi Milenial pada Platform *Fintech* Berbasis *Equity Crowdfunding* dengan Kepercayaan pada Platform dan *Fundraiser* sebagai Variabel Mediasi**

### SKRIPSI

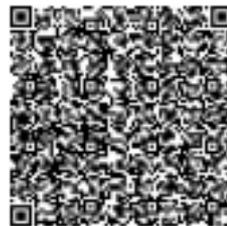
Oleh

**Ulfa Nadhiroh**

NIM : 210501110081

Telah Disetujui Pada Tanggal 13 Desember 2024

**Dosen Pembimbing,**



**Mega Noerman Ningtyas, M.Sc**

**NIP. 199109272019032023**

## LEMBAR PENGESAHAN

Kepercayaan, Literasi Keuangan dan Niat Investasi: Kasus dalam Platform  
Crowdfunding Sekuritas menggunakan Teori Transfer Kepercayaan

### SKRIPSI

Oleh

**ULFA NADHIROH**

NIM : 210501110081

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)  
Pada 23 Desember 2024

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

**Ayub Wijayati Sapta Pradana, M.Si**

NIP. 198609082019032008

2 Anggota Penguji

**Dr. Maretha Ika Prajawati, M.M**

NIP. 198903272018012002

3 Sekretaris Penguji

**Mega Noerman Ningtyas, M.Sc**

NIP. 199109272019032023

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



**Muhammad Sulhan, SE, MM**

NIP. 197406042006041002

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Ulfa Nadhiroh

NIM: 210501110081

Fakultas/Program Studi: Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP NIAT BERINVESTASI GENERASI MILENIAL PADA PLATFORM FINTECH BERBASIS EQUITY CROWDFUNDING DENGAN KEPERCAYAAN PADA PLATFORM DAN FUNDRAISER SEBAGAI VARIABEL MEDIASI** adalah hasil karya saya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain.

Selanjutnya, apabila di kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 13 Desember 2024

Hormat Saya,



Ulfa Nadhiroh

NIM. 210501110081

## **HALAMAN MOTTO**

*"Strive earnestly to attain what benefits you, seek help from Allah in all matters,  
and never feel helpless."*

(H.R. Muslim)

## KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, saya panjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Niat Berinvestasi Generasi Milenial pada Platform Fintech Berbasis Equity crowdfunding dengan Kepercayaan pada Platform dan Fundraiser sebagai Variabel Mediasi” dapat terselesaikan dengan baik.

Shalawat serta salam senantiasa saya haturkan kepada junjungan kita, Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari kegelapan menuju terang benderang, dari kebodohan menuju ilmu pengetahuan, dan dari kesesatan menuju jalan yang diridai oleh Allah SWT. Semoga kita senantiasa berada dalam naungan ajaran Islam yang penuh kedamaian dan kebijaksanaan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan yang berbahagia ini, izinkan saya untuk menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan mendalam kepada semua pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan skripsi ini.

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Muhammad Sulhan, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Mega Noerman Ningtyas, M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia dalam memberikan arahan dengan sangat sabar sekaligus memberikan motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Ngasiman dan Ibu Siti Masriah dan Mas Ni'am serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a tanpa henti dan dukungan secara moril maupun materil di setiap langkah perjalanan ini.
7. Keluarga besar TemanRisetku terkhusus Bapak Ardiansyah, Ibu Vania, dan Ibu Ike serta teman-teman Gen-Zet yang selalu mendukung dan kebersamai dalam mengerjakan proposal penelitian ini.
8. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Rabbal 'Alamin.

Malang, 5 September 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
SURAT PERNYATAAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
الخاصة .....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
2.2. Kajian Teoritis .....	26
2.2.1. <i>Financial Technology</i> .....	26
2.2.2. <i>Equity crowdfunding</i> .....	27
2.2.3. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> .....	29
2.2.4. <i>Theory Trust Transfer</i> .....	30
2.2.5. Niat Berinvestasi.....	31
2.2.6. Literasi Keuangan .....	34
2.2.7. Kepercayaan.....	37
2.3. Kerangka Konsep.....	43
2.4. Hipotesis Penelitian .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	50
3.2. Lokasi Penelitian.....	50

3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
3.4.	Teknik Pengambilan Sampel .....	52
3.5.	Data dan Jenis Data.....	52
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.7.	Definisi Operasional Variabel.....	54
3.7.1	Literasi Keuangan (X).....	55
3.7.2	Keputusan Investasi (Y).....	55
3.7.3	Kepercayaan terhadap platform <i>equity crowdfunding</i> (M1) .....	55
3.7.4	Kepercayaan terhadap <i>fundraiser</i> (M2) .....	56
3.8.	Analisis Data.....	61
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	61
3.8.2	Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM).....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>66</b>
4.1.	Hasil Penelitian .....	66
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	66
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	68
4.1.2.1	Deskripsi Jawaban Responden pada Literasi Keuangan .....	68
4.1.2.2	Deskripsi Jawaban Responden pada Kepercayaan terhadap Platform <i>Equity Crowdfunding</i> .....	69
4.1.2.3	Deskripsi Jawaban Responden pada Kepercayaan terhadap Fundraiser... ..	71
4.1.2.4	Deskripsi Jawaban Responden pada Niat Investasi .....	72
4.1.3	Hasil Analisis Outer Model (Model Pengukuran) .....	74
4.1.4	Hasil Evaluasi Inner Model (Model Struktural).....	79
4.1.5	Pengujian Pengaruh Tidak Langsung.....	83
4.1.5.1	Predictive Relevance ( $Q^2$ ).....	85
4.2.	Pembahasan.....	86
4.2.1	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Niat Investasi pada Platform <i>Equity crowdfunding</i> .....	86
4.2.2	Pengaruh Kepercayaan pada Platform terhadap Niat Berinvestasi pada Platform <i>Equity crowdfunding</i> .....	87
4.2.3	Pengaruh Kepercayaan pada Fundraiser terhadap Niat Berinvestasi pada Platform <i>Equity crowdfunding</i> .....	87
4.2.4	Pengaruh Kepercayaan Investor Generasi Milenial pada Platform <i>Equity crowdfunding</i> terhadap Kepercayaan terhadap Fundraiser pada Platform <i>Equity crowdfunding</i> .....	88

4.2.5	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kepercayaan pada Platform <i>Equity crowdfunding</i> .....	89
4.2.6	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Niat Berinvestasi Melalui Kepercayaan Terhadap Platform sebagai Variabel Mediasi .....	90
4.2.7	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kepercayaan pada Fundraiser <i>Equity crowdfunding</i> .....	91
4.2.8	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Niat Berinvestasi Melalui Kepercayaan terhadap Fundraiser sebagai Variabel Mediasi .....	92
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>93</b>
5.1.	Kesimpulan .....	93
5.2.	Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>96</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert.....	53
Tabel 3. 2 Indikator Variabel.....	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian.....	66
Tabel 4. 2 Deskripsi Jawaban Responden pada Item Kuesioner Literasi Keuangan.....	68
Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden pada Item Kuesioner Kepercayaan terhadap Platform.....	70
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden pada Item Kuesioner Kepercayaan terhadap Fundraiser.....	71
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden pada Item Kuesioner Niat Investasi....	73
Tabel 4. 6 Outer Loading Item Pengukuran Variabel Penelitian.....	75
Tabel 4. 7 Evaluasi Validitas Diskriminan Menggunakan Kriteria Fornell-Larcker.....	76
Tabel 4. 8 Nilai Outer Loading dan Cross-Loading tiap Item Kuesioner.....	77
Tabel 4. 9 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha Tiap Variabel.....	78
Tabel 4. 10 Nilai Adjusted R2 Tiap Variabel Endogen.....	80
Tabel 4. 11 Pengujian Hipotesis dalam Model Struktural.....	81
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung.....	84
Tabel 4. 13 Predictive Relevance (Q2) Tiap Variabel Endogen.....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Investor melalui Fintech di Indonesia .....	1
Gambar 1. 2 Perkembangan Pendanaan <i>Equity crowdfunding</i> di Indonesia.....	4
Gambar 1. 3 Visualisasi Penelitian tentang <i>Equity crowdfunding</i> di Indonesia.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	43
Gambar 4. 1 Model Struktural Hubungan antar Variabel Penelitian .....	79

## ABSTRAK

Ulfa Nadhiroh. 2024, SKRIPSI. Judul: Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Niat Berinvestasi Generasi Milenial pada Platform Fintech Berbasis Equity crowdfunding dengan Kepercayaan pada Platform dan Fundraiser sebagai Variabel Mediasi

Pembimbing : Mega Noerman Ningtyas, M.Sc.

Kata Kunci : *Financial Technology*, *Equity Crowdfunding* dan *Financial Literacy*.

---

---

*Financial technology* atau *fintech* telah membawa transformasi besar dalam dunia keuangan dengan menghadirkan akses yang lebih mudah dan efisien melalui inovasi digital. Namun, *equity crowdfunding* sebagai salah satu bentuk fintech masih menghadapi tantangan dalam membangun kepercayaan investor dan meningkatkan pemahaman keuangan masyarakat. Untuk mendukung perkembangan platform *equity crowdfunding*, maka literasi keuangan dan kepercayaan terhadap platform serta penggalangan dana menjadi elemen penting yang perlu ditingkatkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kepercayaan terhadap niat investor generasi milenial pada platform *equity crowdfunding*, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dan data dari 180 responden generasi milenial di Jawa Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat investor, baik secara langsung maupun melalui kepercayaan terhadap platform. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kepercayaan yang kuat dapat menjadi kunci untuk mendorong pertumbuhan *equity crowdfunding* di Indonesia. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur keuangan digital dan menawarkan strategi lebih lanjut bagi penyedia platform crowdfunding di Indonesia.

## ABSTRACT

Ulfa Nadhiroh. 2024, *Thesis*. Title: *The Influence of Financial Literacy on Millennials' Investment Intentions on Equity Crowdfunding-Based Fintech Platforms with Trust in the Platform and Fundraiser as Mediating Variables.*

Advisor : Mega Noerman Ningtyas, M.Sc.

Keywords : *Financial Technology, Equity Crowdfunding and Financial Literacy.*

---

---

*Financial technology or fintech has brought significant transformation to the financial world by providing easier and more efficient access through digital innovation. However, equity crowdfunding as one form of fintech still faces challenges in building investor trust and enhancing financial literacy among the public. To support the development of equity crowdfunding platforms, financial literacy and trust in both the platform and fundraisers are crucial elements that need improvement. This study aims to analyze the influence of financial literacy and trust on the investment intentions of millennial investors on equity crowdfunding platforms, using a quantitative approach with the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method and data from 180 millennial respondents in East Java. The findings reveal that financial literacy and trust significantly and positively influence investment intentions, both directly and through trust in the platform. These results indicate that strong financial literacy and trust are key to driving the growth of equity crowdfunding in Indonesia. This study contributes to digital financial literature and offers strategic insights for equity crowdfunding platform providers in Indonesia.*

## الخالصة

ألفا ناظرة. 2024، سكريبيسي العنوان: تأثير المعرفة المالية على نوايا الاستثمار لدى جيل الألفية في منصات التكنولوجيا المالية القائمة على التمويل الجماعي بالأسهم، مع الثقة في المنصة والتمويل كمتغيرات وسيطة. المشرف: ميجا نورمان نينجتياس الماجستير. الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا المالية، التمويل الجماعي بالأسهم، والمعرفة المالية

---

---

لقد أحدثت التكنولوجيا المالية، أو ما يُعرف بـ"فينتك"، تحولًا كبيرًا في عالم المال من خلال توفير وصول أسهل وأكثر كفاءة عبر الابتكار الرقمي. ومع ذلك، فإن التمويل الجماعي القائم على الأسهم، كأحد أشكال التكنولوجيا المالية، لا يزال يواجه تحديات في بناء ثقة المستثمرين وتعزيز المعرفة المالية لدى الجمهور. لدعم تطور منصات التمويل الجماعي القائم على الأسهم، تُعد المعرفة المالية والثقة في المنصة وفي الجهات الممولة عناصر أساسية بحاجة إلى تعزيز. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير المعرفة المالية والثقة على نوايا الاستثمار لدى المستثمرين من جيل الألفية في منصات التمويل الجماعي القائم على الأسهم، باستخدام وبيانات من 180 مستجيبًا من جيل (PLS-SEM) نهج كمي يعتمد على طريقة النمذجة الهيكلية الجزئية الألفية في جاوة الشرقية. أظهرت النتائج أن المعرفة المالية والثقة تؤثران بشكل إيجابي وكبير على نوايا الاستثمار، سواء بشكل مباشر أو من خلال الثقة في المنصة. تشير هذه النتائج إلى أن المعرفة المالية القوية والثقة تُعد عوامل رئيسية لدفع نمو التمويل الجماعي القائم على الأسهم في إندونيسيا. تُساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة بالتمويل الرقمي وتقدم استراتيجيات مفيدة لمزودي منصات التمويل الجماعي في إندونيسيا.

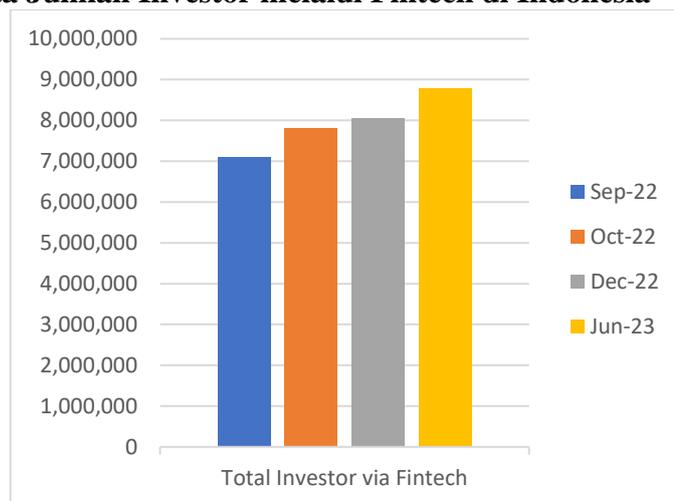
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

*Financial technology* atau yang sering disebut sebagai *fintech*, telah membawa perubahan besar dalam industri keuangan dengan memanfaatkan teknologi modern untuk menawarkan berbagai layanan dan solusi yang inovatif (Kou et al., 2021). Melalui penggunaan teknologi canggih, *fintech* mampu menciptakan platform yang lebih efisien, sehingga memudahkan individu dan bisnis dalam mengakses layanan keuangan secara lebih cepat dan fleksibel. Dalam dunia investasi, *fintech* memainkan peran penting dengan menyediakan akses yang lebih mudah dan transparan, yang sebelumnya hanya tersedia melalui metode investasi tradisional. Salah satu dampak signifikan dari *fintech* adalah kemampuannya untuk menurunkan biaya transaksi dan manajemen investasi, yang secara tradisional membebani investor melalui biaya tinggi. Dengan demikian, *fintech* tidak hanya memperluas akses ke peluang investasi bagi masyarakat umum, tetapi juga merubah cara orang mengelola dan menginvestasikan uang mereka di era digital (Kou et al., 2021).

**Gambar 1. 1**  
**Data Jumlah Investor melalui Fintech di Indonesia**



Sumber : Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), 2023.

*Fintech* merupakan hasil perpaduan antara teknologi dan layanan keuangan yang menghasilkan produk serta solusi inovatif dalam sistem keuangan (The National Digital Research Centre). *Fintech* berperan sebagai sistem finansial berbasis teknologi yang mendukung aktivitas layanan keuangan sekaligus mendorong pertumbuhan investasi, memungkinkan akses yang lebih luas bagi berbagai kalangan (Sinambela, 2020). Teknologi canggih seperti *artificial intelligence*, *machine learning*, dan analisis big data telah diintegrasikan dalam *fintech* untuk meningkatkan kualitas layanan investasi (Kou et al., 2021). Penggunaan teknologi ini memungkinkan investor mendapatkan saran investasi yang lebih akurat, manajemen portofolio yang lebih efisien, serta penilaian risiko yang lebih personal. Dengan demikian, *fintech* tidak hanya memudahkan akses ke pasar keuangan, tetapi juga memberikan solusi yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan investor.

Kemunculan *fintech* telah mendorong munculnya peluang investasi dan kelas aset baru. Platform *crowdfunding*, platform *peer-to-peer lending*, dan *robo-advisor* adalah contoh platform investasi berbasis *fintech* yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir (Le et al., 2021). Di Indonesia perkembangan *fintech* dalam investasi diawali dengan disahkannya kemunculan platform investasi berbasis *fintech*. Platform investasi berbasis *fintech* pertama yang disahkan oleh OJK adalah *peer-to-peer lending*. Berdasarkan Peraturan OJK No.77/POJK.01/2016, *fintech lending* atau *peer-to-peer (P2P) lending* adalah sebuah layanan yang memfasilitasi aktivitas pinjam-meminjam uang dalam mata uang rupiah secara langsung antara pemberi pinjaman (kreditur/lender) dan penerima pinjaman (debitur/borrower) dengan menggunakan teknologi informasi. Layanan ini dikenal pula dengan istilah Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI) (OJK, 2016). Dua tahun setelah regulasi mengenai P2P lending diberlakukan, OJK kembali mengeluarkan aturan baru melalui POJK No.37/POJK.04/2018. Aturan ini mengatur tentang layanan urun dana berbasis teknologi informasi, yang dikenal dengan istilah *equity* atau *securities crowdfunding*, yang memungkinkan pengumpulan dana melalui penawaran saham secara digital. *Equity* atau *securities crowdfunding* adalah bentuk pendanaan di

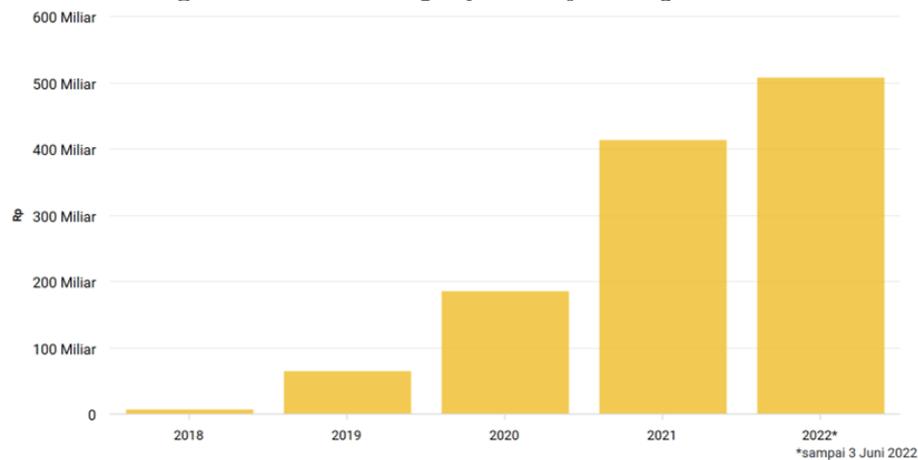
mana pengusaha membuat penawaran terbuka untuk menjual sejumlah ekuitas atau sekuritas seperti obligasi kepada sekelompok investor kecil melalui platform *online* (Sun & Liu, 2022).

Kedua platform investasi pada *fintech*, yakni *P2P lending* dan *equity crowdfunding*, terus mengalami pertumbuhan positif sejak pertama kali diluncurkan di Indonesia. Data dari OJK pada Mei tahun 2024 menunjukkan bahwa platform *P2P lending* berhasil menghimpun dana sebesar Rp 64,56 triliun. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 24,16% secara tahunan. Selain itu, antusiasme investor Indonesia terhadap investasi berbasis *fintech* juga terlihat pada platform *equity crowdfunding*. Meskipun jumlah dana yang dihimpun lebih kecil dibandingkan dengan *P2P lending*, total pendanaan di platform *equity crowdfunding* mencapai Rp 507,20 miliar sejak awal tahun 2022 hingga Juni 2022. Ini menunjukkan peningkatan sebesar 22,75% dari total dana yang dihimpun sepanjang tahun 2021. Pertumbuhan ini mengindikasikan adanya minat yang meningkat dari masyarakat Indonesia untuk berpartisipasi dalam platform *equity crowdfunding*, meskipun skalanya masih lebih kecil dibandingkan dengan *P2P lending*. Antusiasme yang besar terhadap kedua jenis platform *fintech* ini menandakan bahwa masyarakat Indonesia semakin terbuka terhadap teknologi keuangan digital, yang memberikan akses lebih mudah dan fleksibel untuk berinvestasi dibandingkan dengan metode investasi tradisional.

Kendati demikian, jika dibandingkan dengan *P2P lending*, jumlah dana yang dihimpun oleh platform *equity crowdfunding* relatif lebih rendah. Kompleksitas kontrak *equity crowdfunding*, proses uji tuntas yang ekstensif, dan tingkat investasi yang tinggi merupakan salah satu tantangan bagi para penyandang dana dan menekankan pentingnya kepercayaan dan keakraban antara wirausahawan dan investor (Vulkan et al., 2016). Namun, terlepas dari tantangan-tantangan tersebut, Hornuf & Schwienbacher (2017) menjelaskan bahwa *equity crowdfunding* memberikan harapan sebagai opsi pembiayaan yang layak untuk perusahaan kecil dan inovatif. Terdapat empat platform yang mendapat izin operasi dari OJK pada tahun 2020 dan masih bertahan hingga September Tahun 2023 yaitu PT Santara

Daya Inspiratama (Santara), PT Investasi Digital Nusantara (Bizhare), PT Crowddana Teknologi Indonusa (CrowdDana) dan LandX.

**Gambar 1. 2**  
**Perkembangan Pendanaan *Equity crowdfunding* di Indonesia**



Sumber : Databoks (2022).

OJK menjelaskan bahwa sangat disayangkan dengan melihat peluang yang cukup besar dari platform *equity crowdfunding* namun pertumbuhannya masih dapat dikatakan cukup lambat. Oleh karena itu hal ini menjadi tantangan bagi penyedia platform *equity crowdfunding* untuk dapat meningkatkan niat dan antusiasme masyarakat Indonesia dalam berinvestasi di platform *equity crowdfunding* khususnya untuk membantu UMKM untuk dapat tumbuh di Indonesia mengingat UMKM mampu menyerap 97% dari total angkatan kerja dan mampu menghimpun hingga 60,4% dari total investasi di Indonesia.

Niat investasi berperan sebagai prediktor tindakan investasi di masa depan dan memandu individu dalam mengambil keputusan investasi (Raut et al., 2018). Penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa niat investasi merupakan langkah awal yang penting sebelum seseorang mengambil tindakan nyata dalam berinvestasi (Ningtyas, 2024). Individu dengan niat yang kuat untuk berinvestasi memiliki peluang yang lebih besar untuk menindaklanjuti dan membuat keputusan investasi yang sebenarnya (Raut et al., 2018). Penelitian tentang niat investasi pada platform *equity crowdfunding* menjadi perhatian banyak peneliti di bidang



Penelitian Arifah & Dalimunthe (2021), Brown, et al., (2017), serta Adil & Ansari (2022) menyebutkan bahwa salah satu faktor dari munculnya niat untuk berinvestasi adalah literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan individu terkait konsep, produk, dan praktik keuangan. Literasi keuangan mencakup kemampuan untuk memahami informasi keuangan, membuat keputusan keuangan yang tepat, dan mengelola keuangan pribadi secara efektif (Shrestha dkk., 2023). Investor dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih matang menerapkan perilaku keuangan yang baik (Ningtyas, 2019). Sementara itu, hasil yang berbeda ditemukan pada penelitian Riwayati et al., (2023) dimana literasi keuangan tidak dapat mempengaruhi niat investasi pada generasi milenial.

Selain itu berdasarkan beberapa penelitian seperti penelitian Alharbey & Van Hemmen (2021), Kim et al., (2020), dan Liang et al., (2019) faktor lain yang paling berperan dalam mempengaruhi niat untuk berinvestasi pada platform *equity crowdfunding* adalah kepercayaan. Kepercayaan dalam konteks investasi pada platform *equity crowdfunding* dapat dibagi menjadi kepercayaan terhadap platform perantara *equity crowdfunding* dan kepercayaan terhadap *fundraiser* (perusahaan penggalang dana). Kim et al., (2020), dan Liang et al., (2019) dalam penelitiannya membuktikan bahwa kedua jenis kepercayaan baik pada platform maupun *fundraiser* berpengaruh signifikan terhadap niat untuk berinvestasi pada *equity crowdfunding*. Berbeda dengan penelitian lainnya Vuk et al., (2017) dalam penelitiannya menemukan kepercayaan tidak dapat menggerakkan investor untuk berinvestasi.

Kepercayaan dalam *Trust Transfer Theory* menggambarkan bagaimana kepercayaan yang dibangun pada satu entitas dapat dialihkan atau memengaruhi kepercayaan terhadap entitas lain yang berhubungan, terutama dalam situasi di mana informasi tentang pihak kedua tidak lengkap atau terbatas (Stewart, 2003). Dalam konteks investasi, teori ini menjelaskan bahwa investor membuat keputusan berdasarkan keyakinan awal mereka terhadap platform yang digunakan, seperti platform *crowdfunding* atau investasi *online*. Kepercayaan pada platform ini

kemudian ditransfer ke pihak-pihak lain yang beroperasi di dalamnya, seperti *fundraiser* atau pengelola dana (Chen et al., 2014). Menurut Alharbey & Van Hemmen, (2021) faktor-faktor kunci dalam *Trust Transfer* meliputi reputasi platform, transparansi operasional, serta keamanan sistem, yang menjadi dasar bagi investor untuk mempercayai entitas lain yang terlibat. Berdasarkan teori ini, investor cenderung mempertimbangkan berbagai aspek penting seperti rekam jejak platform, keterbukaan informasi mengenai *fundraiser*, dan perlindungan yang diberikan platform dalam membuat keputusan investasi, sehingga kepercayaan dapat ditransfer dengan lebih mudah dan risiko dapat diminimalkan.

Adapun Aren & Hamamci (2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan juga memiliki peran yang vital dalam mempengaruhi kepercayaan investor pada platform investasi khususnya *equity crowdfunding* yang pada akhirnya berdampak pada niat investasi. Literasi keuangan memungkinkan individu untuk memahami risiko dan potensi keuntungan dari produk investasi yang ditawarkan oleh platform, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap platform tersebut (Bunyamin & Wahab, 2022). Hal ini juga di dukung oleh Fisch dan Seligman (2022) yang menunjukkan bahwa investor dengan pemahaman keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki kepercayaan yang lebih besar karena mereka dapat mengevaluasi informasi investasi secara lebih akurat dan terperinci. Namun sejumlah penelitian lain juga menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan individu dalam membuat keputusan investasi. Penelitian oleh Hidayatullah dkk. (2022) menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan dan perilaku keuangan berkontribusi terhadap keputusan investasi, terdapat 40% variabel lain yang mempengaruhi keputusan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, meskipun penting, tidak cukup untuk membangun kepercayaan yang diperlukan untuk berinvestasi secara efektif.

Berdasarkan laporan dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor pasar modal di Indonesia telah mencapai angka yang signifikan, yaitu 11,6 juta investor per September 2023, dengan mayoritas atau sekitar 80% di antaranya berasal dari kalangan milenial, yakni mereka yang berusia di bawah 30 tahun. Adapun diketahui dari data Badan Pusat Statistik (BPS) dari sensus tahun 2020,

bahwa Jawa Timur memiliki jumlah generasi milenial terbesar kedua di Indonesia, setelah Jawa Barat, dengan total populasi mencapai 11,22 juta orang. Angka ini menunjukkan peningkatan partisipasi yang signifikan dari generasi muda dalam dunia investasi, terutama melalui platform berbasis teknologi. Surabaya, sebagai ibu kota provinsi Jawa Timur, memiliki infrastruktur digital yang maju dan menjadi pusat kegiatan ekonomi. Dengan demikian Surabaya menjadi lokasi yang tepat untuk penelitian ini guna mengeksplorasi lebih lanjut niat investasi generasi milenial melalui platform *equity crowdfunding*.

Sampai saat ini penelitian di Indonesia tentang *equity crowdfunding* masih tergolong baru dan sangat terbatas khususnya yang secara khusus membahas tentang niat untuk berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*. Adanya celah penelitian untuk mengungkap faktor yang dapat mempengaruhi niat investor untuk berinvestasi pada platform *equity crowdfunding* di Indonesia serta fakta bahwa mayoritas investor pada pasar keuangan di Indonesia adalah generasi milenial maka dari itu penelitian ini berusaha mengkaji fenomena tersebut dengan skripsi berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Niat Berinvestasi Generasi Milenial pada Platform *Fintech* berbasis *Equity Crowdfunding* dengan Kepercayaan pada Platform dan *Fundraiser* sebagai Variabel Mediasi”**. Adapun keterbaruan dari penelitian ini adalah kajian tentang niat berinvestasi pada platform *equity crowdfunding* dengan menggunakan kepercayaan terhadap platform dan penggalang dana (*fundraiser*) sebagai variabel mediasi.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, maka didapatkan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*?
2. Apakah kepercayaan pada platform berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*?
3. Apakah kepercayaan pada *fundraiser* berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada di platform *equity crowdfunding*?

4. Apakah kepercayaan investor generasi milenial pada platform *equity crowdfunding* berpengaruh terhadap kepercayaan terhadap *fundraiser* pada platform *equity crowdfunding*?
5. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan pada platform *equity crowdfunding*?
6. Apakah literasi keuangan berpengaruh pada niat berinvestasi melalui kepercayaan terhadap platform sebagai variabel mediasi?
7. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan pada *fundraiser* di platform *equity crowdfunding*?
8. Apakah literasi keuangan berpengaruh pada niat berinvestasi melalui kepercayaan terhadap *fundraiser* sebagai variabel mediasi?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dijelaskan bahwa tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap niat berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*.
2. Untuk menguji dan menganalisis kepercayaan pada platform berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*.
3. Untuk menguji dan menganalisis kepercayaan pada *fundraiser* berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada di platform *equity crowdfunding*.
4. Untuk menguji dan menganalisis kepercayaan investor generasi milenial pada platform *equity crowdfunding* berpengaruh terhadap kepercayaan terhadap *fundraiser* pada platform *equity crowdfunding*.
5. Untuk menguji dan menganalisis literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan pada platform *equity crowdfunding*.
6. Untuk menguji dan menganalisis literasi keuangan berpengaruh pada niat berinvestasi melalui kepercayaan terhadap platform sebagai variabel mediasi.

7. Untuk menguji dan menganalisis literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan pada *fundraiser* di platform *equity crowdfunding*.
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap niat berinvestasi melalui kepercayaan terhadap *fundraiser* sebagai variabel mediasi.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat baik bagi dunia praktis maupun akademis:

1. Manfaat Akademis.
  - a) Memberikan penjelasan dan menambah ilmu pengetahuan terkait faktor-faktor yang melatarbelakangi niat berinvestasi pada platform *fintech* berbasis *equity crowdfunding* yang masih rendah di Indonesia khususnya pada generasi milenial sebagai penghimpun dana terbesar dalam investasi pasar keuangan.
  - b) Sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan niat investasi pada platform *equity crowdfunding*.
- a) Manfaat Praktis.
  - a) Sebagai bahan pertimbangan strategis bagi penyedia platform *equity crowdfunding* dalam meningkatkan minat masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial untuk berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*.
  - b) Sebagai bahan pertimbangan kebijakan bagi OJK untuk dapat memberikan regulasi terkait *equity crowdfunding* sehingga dapat berdampak pada meningkatnya investasi pada *equity crowdfunding* yang akan membantu UMKM di Indonesia dalam memperoleh pendanaan bisnisnya selain melalui perbankan.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### 2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Kim et al., (2020) tentang pengaruh kepercayaan pada *platform Equity crowdfunding* (ECF) dan *Fundraiser* terhadap *willingness to crowdfund*. Pengambilan data dilakukan kepada investor muda di Korea yaitu mahasiswa sarjana dan pascasarjana di Universitas di seluruh Korea. Sebanyak 414 mahasiswa sarjana dan pascasarjana di Korea menjadi sampel dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut *project ECF* serta atribut *platform ECF* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pada *platform* dan *fundraiser ECF*. atribut *platform ECF* meliputi persepsi terhadap akreditasi, jaminan struktural, dan jaminan pihak ketiga memiliki dampak terbesar pada kepercayaan pada *platform ECF*. Kepercayaan pada *platform* dan *fundraiser* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan untuk crowdfund, kendati demikian kepercayaan pada *platform* memiliki dampak yang lebih besar lebih besar pada kesediaan untuk *crowdfund* daripada kepercayaan pada *fundraiser*.

Alharbey & Van Hemmen (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh *familiarity*, *disposition*, *information quality*, dan *education signal* terhadap *intention to invest* pada *Equity crowdfunding* (ECF) melalui *trust in platform* dan *trust in fundraiser*. Penelitian ini dilakukan di Arab Saudi dengan mengambil sampel sebanyak 267 pengguna yang pernah mengunjungi platform ECF. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan pada *ECF platform* dan kepercayaan pada *fundraiser* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat investor untuk berinvestasi pada *platform ECF*. Penelitian ini juga membuktikan bahwa kepercayaan pada *platform* secara substansial memengaruhi kepercayaan pada *fundraiser*, yang sekaligus menunjukkan pentingnya *fundraiser* untuk menggantungkan diri pada *platform ECF* yang terpercaya. Terakhir, penelitian menyimpulkan bahwa untuk membangun

kepercayaan investor, *fundraiser* harus menyampaikan informasi berkualitas tinggi untuk usaha atau proyek yang mereka jalankan.

Penelitian Arifah & Dalimunthe (2020) tentang pengaruh *financial literacy*, *demographic factors*, dan *capital market asset's holding* terhadap *investment decision on non-donation crowdfunding*. Penelitian ini dilakukan di Indonesia dengan jumlah sampel yang dikumpulkan sebanyak 252 sampel yang terdiri dari 126 orang yang pernah melakukan investasi pada *non-donation crowdfunding* dan 126 orang yang tidak pernah melakukan investasi pada *non-donation crowdfunding*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa jenis kelamin berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi pada *non-donation crowdfunding* dimana laki-laki lebih cenderung berinvestasi dalam *non-donation crowdfunding* dibandingkan perempuan. Penelitian ini juga menemukan bahwa meskipun literasi keuangan masyarakat Indonesia secara keseluruhan cukup rendah, kelompok investor menunjukkan literasi keuangan yang lebih baik daripada non-investor. Sehingga, penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi pada *non-donation crowdfunding*.

Adil et al., (2022) melakukan penelitian tentang pengaruh *financial literacy*, *risk averseness*, dan *overconfidence* terhadap *investment decision*. Populasi dalam penelitian ini merupakan warga Delhi, dan didapatkan 253 sampel dengan menggunakan snowball sampling dengan kriteria warga Kota Delhi yang memiliki pendapatan tiga kali dari upah minimum Kota Delhi dan memiliki beberapa instrument investasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan secara signifikan mempengaruhi keputusan investasi antara investor pria dan wanita. Penelitian ini juga menemukan bahwa penolakan terhadap risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan investasi baik pada investor pria maupun wanita. Sementara itu, *overconfidence* dalam penelitian ini ditemukan berdampak signifikan pada keputusan investasi pria, namun tidak pada wanita. Terakhir, penelitian ini menyimpulkan bahwa *financial literacy* terbukti dapat memoderasi pengaruh penolakan terhadap

risiko dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi baik pada pria maupun wanita.

Magbitang et al., (2023) melakukan penelitian tentang niat untuk berinvestasi pada *Cryptocurrency* pada wanita milenial di Mekati Filipina. Penelitian ini menguji pengaruh *financial literacy* dan *awaranness* terhadap *perceived benefit* dan *perceived risk* dan dampak dari keduanya terhadap *attitude* dan *acceptance* terhadap *cryptocurrency*. Dalam penelitian ini sebanyak 425 wanita milenial berpartisipasi dalam survey yang disebar secara *online*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa literasi dan kesadaran akan keuangan berpengaruh signifikan terhadap persepsi terhadap risiko dan manfaat yang didapatkan jika mereka berinvestasi di *cryptocurrency*. Persepsi terhadap risiko dan manfaat dalam penelitian ini juga ditemukan berperan penting dalam mempengaruhi niat untuk menerima dan berinvestasi pada *cryptocurrency*.

Ammari et al., (2023) melakukan penelitian tentang kepercayaan pelanggan terhadap lembaga perbankan selama masa pandemic COVID-19 di Italia. Penelitian ini menggunakan beberapa karakteristik individu sebagai variabel yang dapat mempengaruhi kepercayaan terhadap Lembaga perbankan termasuk literasi keuangan. *Financial literacy*, *Perceived profit gained from COVID-19*, *Perceived conspiracy*, *perceived effective COVID-19 management*, *COVID-19' s impact on wealth*, *Income*, *Investing in financial market* merupakan variabel yang diduga dalam penelitian ini dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap lembaga perbankan. Sebanyak 1319 orang yang tinggal di Itali menjadi sampel dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *Financial literacy*, *Perceived profit gained from COVID-19*, *Perceived conspiracy*, *Perceived effective COVID-19 management* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan terhadap lembaga perbankan (*banking trust*) di Itali, sementara itu faktor lainnya *COVID-19' s impact on wealth*, *Income*, *Investing in financial market* ditemukan tidak dapat mempengaruhi kepercayaan terhadap Lembaga perbankan selama masa pandemic COVID-19.

Fisch & Seligman (2022) melakukan penelitian tentang hubungan antara *trust*, *financial literacy* dan *market participation*. Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan yang lebih tinggi berhubungan positif dengan kecenderungan untuk berinvestasi, sementara literasi keuangan memiliki hubungan yang lebih kompleks, di mana peningkatan awal dapat menyebabkan penurunan partisipasi sebelum akhirnya meningkat. Individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih mandiri dalam pengelolaan investasi mereka. Selain itu, penelitian ini mengungkapkan interaksi antara kepercayaan dan literasi keuangan yang dapat mempengaruhi perilaku investasi. Individu yang memiliki kepercayaan tinggi tetapi literasi rendah berisiko dieksploitasi oleh profesional keuangan, sedangkan mereka yang lebih literat cenderung lebih mandiri..

Liang et al., (2019) dalam penelitiannya menggunakan web based survey pada investor yang berinvestasi pada *crowdfunding projects*. Penelitian ini secara spesifik meneliti pengaruh *factor cognition based (project information quality, fundraiser's ability/ expertise, fundraiser's reputation)* dan *personality based (value similarity dan funder's disposition to trust)* terhadap *Funder's trust* yang juga dipengaruhi oleh *institution-based trust* dan dampak akhirnya terhadap *investment intention*. Penelitian ini menerapkan teori kepercayaan dan *dual-process perspective* dalam menjelaskan factor yang dapat mempengaruhi perilaku investasi pada *equity crowdfunding*. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas informasi tentang usaha/ project yang dilakukan oleh *fundraiser*, kemampuan/ keahlian *fundraiser*, reputasi *fundraiser*, dan kemiripan nilai antara investor dan *fundraiser* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan investor terhadap *fundraiser*. Penelitian ini juga menemukan bahwa kepercayaan investor terhadap institusi penyelenggara penggalangan dana (*crowdfunding*) berperan penting dalam membentuk kepercayaan investor pada *fundraiser*. Hasil penelitian ini lebih lanjut mengungkap bahwa kepercayaan terhadap perusahaan *fundraiser* memiliki dampak yang signifikan terhadap niat untuk berinvestasi pada *crowdfunding projects*. Terakhir, penelitian ini menjelaskan bahwa dampak

kepercayaan terhadap *fundraiser* terhadap investasi dapat berbeda beda sesuai dengan tipe proyek/ perusahaan dan tingkat pendanaan yang dibutuhkan.

Strohmaier et al., (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh *trust* dan *distrust in platform* terhadap *trust and distrust in creator* dan *attitude* serta *pledging intention*. Dalam penelitian ini *trust* dan *distrust in platform* serta *trust and distrust in creator* diidentifikasi dapat dipengaruhi oleh *perceived platform rules*, *perceived monitoring*, dan *perceived pledging equity*. Sebanyak 229 responden dikumpulkan dengan menggunakan *online survey* pada SurveyMonkey dengan ketentuan investor yang telah bekerja yang pernah menggunakan *platform crowdfunding*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa ketidakpercayaan adalah penghalang utama bagi seseorang untuk menjadi penyandang dana pada *platform crowdfunding*. Persepsi mekanisme perlindungan institusional (aturan platform, pemantauan, dan jaminan-jaminan) memengaruhi kepercayaan dan ketidakpercayaan individu pada *fundraiser* dan *platform crowdfunding*. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa kepercayaan atau ketidakpercayaan pada *platform crowdfunding* memengaruhi kepercayaan atau ketidakpercayaan individu pada *fundraiser*.

Brown et al., (2018) melakukan penelitian tentang faktor yang mempengaruhi penolakan untuk berinvestasi di pasar saham. Penelitian ini dilakukan kepada anggota aktif 2690 Centerpanel berusia 16 tahun keatas. Penelitian ini berhasil mengumpulkan 2026 jawaban, dimana 1958 kuesioner terjawab dengan lengkap sementara sisanya sebanyak 68 tidak lengkap. Penelitian ini menggunakan *Perceived Equity Risk Premium (PERP)*, *trust*, *financial literacy*, dan *inertia* sebagai faktor yang diduga dapat mempengaruhi keputusan investasi di pasar saham. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa PERP memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan investasi di pasar saham. Literasi keuangan dan inersia yang tinggi berdampak signifikan pada keputusan investasi. Sementara itu, penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berinvestasi.

Penelitian Moysidou & Hausberg, (2020) tentang model pembentukan kepercayaan pada *platform Equity crowdfunding* (ECF) juga menjadi salah satu penelitian yang melandasi penelitian ini. (Moysidou & Hausberg, 2020) menjelaskan bahwa kepercayaan terhadap *Equity crowdfunding* (ECF) dapat dibentuk oleh kepercayaan terhadap *platform ECF* dan kepercayaan pada penggalang dana (perusahaan pengumpul dana). Penelitian ini dilakukan di Jerman dengan jumlah 167 responden sebagai sampel penelitian. Penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan pada platform *crowdfunding* dan kualitas informasi adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap kepercayaan investor terhadap proyek *crowdfunding* dibandingkan kepercayaan terhadap penggalang dana (perusahaan pengumpul dana). Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan awal investor terhadap *platform ECF* terbentuk berdasarkan faktor-faktor seperti reputasi platform, kualitas informasi yang diberikan, dan kredibilitas perusahaan penggalang dana. Model yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan faktor apa saja yang menyebabkan kepercayaan *crowdfunders* terhadap proyek *crowdfunding*.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel Penelitian dan Alat Analisis	Kesimpulan
1.	Why do investors participate in tourism incentive <i>crowdfunding</i> ? The effects of attribution and <i>trust</i> on willingness to fund. Myung Ja Kim, C. Michael Hall & Dae-Kwan Kim (2020)	<p><b>Variabel Independen:</b> Atribusi proyek, atribusi platform, atribusi penggalang dana, kepercayaan terhadap platform, dan kepercayaan terhadap penggalang dana.</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> Keputusan untuk mendanai proyek <i>crowdfunding</i>.</p> <p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei yang melibatkan kuesioner yang terdiri dari 34 item untuk 10 konstruk yang berbeda.</p>	Atribut project ECF serta atribut platform ECF memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pada platform dan <i>fundraiser</i> ECF. atribut platform ECF meliputi persepsi terhadap akreditasi, jaminan struktural, dan jaminan pihak ketiga memiliki dampak terbesar pada kepercayaan pada platform ECF. Kepercayaan pada platform dan <i>fundraiser</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan untuk crowdfund, kendati demikian kepercayaan pada platform memiliki dampak yang lebih besar lebih besar pada kesediaan untuk crowdfund daripada kepercayaan pada <i>fundraiser</i> .
2.	Investor Intention in <i>Equity crowdfunding</i> . Does <i>Trust</i> Matter?. Mohammed Alharbey and Stefan Van Hemmen (2021)	<p><b>Variabel Independen:</b> Kepercayaan terhadap platform dan kepercayaan terhadap penggalang dana.</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> Niat untuk berinvestasi.</p> <p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM), yang menggabungkan analisis faktor konfirmatori (CFA), analisis jalur, dan regresi dalam kerangka teoritis untuk mengevaluasi hubungan antara variabel-</p>	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan pada ECF platform dan kepercayaan pada <i>fundraiser</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat investor untuk berinvestasi pada platform ECF. Penelitian ini juga membuktikan bahwa kepercayaan pada platform secara substansial memengaruhi kepercayaan pada <i>fundraiser</i> , yang sekaligus menunjukkan pentingnya <i>fundraiser</i> untuk menggantungkan diri pada platform ECF yang tepercaya. Terakhir, penelitian menyimpulkan bahwa untuk membangun kepercayaan investor,

		variabel yang diteliti. Data dikumpulkan dari 216 pengguna platform ECF.	<i>fundraiser</i> harus menyampaikan informasi berkualitas tinggi untuk usaha atau proyek yang mereka jalankan.
3.	The Impact of Financial Literacy on The Investment Decision of Non-Donation-Based <i>Crowdfunding</i> in Indonesia. Jihan Nadra Arifah & Zuliani Dalimunthe (2021)	<p><b>Variabel Independen:</b> Literasi keuangan (Finlit), yang diukur dengan pertanyaan terkait kemampuan menghitung bunga, inflasi, dan risiko diversifikasi.</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> Keputusan untuk berinvestasi dalam <i>crowdfunding</i> non-donasional (Backers), yang ditentukan berdasarkan partisipasi individu dalam investasi tersebut.</p> <p>Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 252 responden, terdiri dari 126 backers dan 126 nonbackers. Analisis dilakukan menggunakan regresi logistik biner untuk mengevaluasi pengaruh literasi keuangan dan faktor demografis lainnya terhadap keputusan investasi.</p>	Hasil penelitian ini menemukan bahwa jenis kelamin berpengaruh terhadap keputusan berinvestais pada non-donation <i>crowdfunding</i> dimana laki-laki lebih cenderung berinvestasi dalam non-donation <i>crowdfunding</i> dibandingkan perempuan. Penelitian ini juga menemukan bahwa meskipun literasi keuangan masyarakat Indonesia secara keseluruhan cukup rendah, kelompok investor menunjukkan literasi keuangan yang lebih baik daripada non-investor. Sehingga, penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi pada non-donation <i>crowdfunding</i> .
4.	How financial literacy moderate the association between behaviour biases and investment decision?. Mohd Adil , Yogita Singh	<p><b>Variabel independen:</b> Literasi keuangan, Bias perilaku (termasuk overconfidence, aversi risiko, herding, dan efek disposisi)</p> <p><b>Variabel dependen:</b></p>	Hasil penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan secara signifikan mempengaruhi keputusan investasi antara investor pria dan wanita. Penelitian ini juga menemukan bahwa penolakan terhadap risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan investasi baik pada investor pria

	and Mohd. Shamim Ansari (2022)	keputusan investasi yang diambil oleh para investor. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan regresi hierarkis untuk menguji hipotesis yang diajukan.	maupun wanita. Sementara itu, overconfidence dalam penelitian ini ditemukan berdampak signifikan pada keputusan investasi pria, namun tidak pada wanita. Terakhir, penelitian ini menyimpulkan bahwa financial literacy terbukti dapat memoderasi pengaruh penolakan terhadap risiko dan overconfidence terhadap keputusan investasi baik pada pria maupun wanita.
5.	Evaluating the impact of financial literacy and awareness to acceptance and attitude towards cryptocurrency of Filipino millennials workforce in the City of Makati. Yohanes Paulus Magbitang, Michael Caballero, & Nelson Bool (2023)	<b>Variabel Independen:</b> Literasi keuangan, Kesadaran cryptocurrency. <b>Variabel Dependen:</b> Penerimaan terhadap cryptocurrency, Sikap terhadap cryptocurrency. <b>Variabel Mediasi:</b> Persepsi risiko, Persepsi manfaat. Metode penelitian yang digunakan adalah desain penelitian deskriptif-korelasional. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara <i>online</i> dan juga secara langsung di beberapa kantor perusahaan.	Hasil penelitian ini menemukan bahwa literasi dan kesadaran akan keuangan berpengaruh signifikan terhadap persepsi terhadap risiko dan manfaat yang didapatkan jika mereka berinvestasi di Cryptocurrency. Persepsi terhadap risiko dan manfaat dalam penelitian ini juga ditemukan berperan penting dalam mempengaruhi niat untuk menerima dan berinvestasi pada Cryptocurrency.
6.	An asymmetrical approach to understanding consumer characteristics in banking <i>trust</i> during the COVID-19 pandemic in Italy. Aymen Ammari, Evita Allodi,	<b>Variable Independen:</b> Literasi keuangan, Harapan konsumen <b>Variabel Dependen:</b> Kepercayaan terhadap sistem perbankan Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei <i>online</i> . Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan di	Hasil penelitian ini menemukan bahwa Financial literacy, Perceived profit gained from COVID-19, Perceived conspiracy, Perceived effective COVID-19 management berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan terhadap Lembaga perbankan (banking <i>trust</i> ) di Itali, sementara itu faktor lainnya COVID-19' s impact on wealth, Income, Investing in

	Dario Salerno, Gian Paolo Stella (2023)	platform media sosial. Sampel penelitian terdiri dari 1319 responden yang dipilih secara acak. Penelitian ini menggunakan analisis fuzzy set qualitative comparative analysis (fsQCA) untuk mengevaluasi kombinasi kondisi yang mempengaruhi kepercayaan konsumen.	financial market ditemukan tidak dapat mempengaruhi kepercayaan terhadap Lembaga perbankan selama masa pandemic COVID-19.
7.	<i>Trust, financial literacy, and financial market participation.</i> Jill E. Fisch & Jason S. Seligman (2021)	<p><b>Variabel Independen:</b> Kepercayaan (<i>Trust</i>), Literasi Keuangan (Financial Literacy) Demografi (Demographic Controls)</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> Partisipasi di Pasar Keuangan (Financial Market Participation) Preferensi untuk Delegasi (Preference for Delegation).</p> <p>Penelitian ini menggunakan metode survei dengan desain yang dikembangkan melalui alat survei Qualtrics. Data dikumpulkan dalam periode antara akhir 2017 hingga pertengahan 2018. Analisis regresi, termasuk model Poisson, digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel tersebut.</p>	Hasil penelitian ini mengungkap bahwa kepercayaan dan literasi keuangan sangat terkait dengan partisipasi pasar keuangan. Penelitian ini lebih jauh menemukan bahwa hubungan antara literasi keuangan dan partisipasi pasar keuangan berbentuk U, dengan pertumbuhan literasi keuangan dikaitkan pertama dengan penurunan partisipasi dan kemudian dengan peningkatan partisipasi.
8.	<i>Why funders invest in crowdfunding projects: Role of trust from the dual-process perspective.</i> Tiang-	<p><b>Variabel Independen:</b> Kepercayaan (faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pendana, seperti kualitas informasi proyek, reputasi</p>	Penelitian ini menemukan bahwa kualitas informasi tentang usaha/ project yang dilakukan oleh <i>fundraiser</i> , kemampuan/ keahlian <i>fundraiser</i> , reputasi <i>fundraiser</i> , dan kemiripan nilai antara

	<p>Peng Liang, Shelly Ping-Ju Wu, &amp; Chih-chi Huang (2019)</p>	<p>penggalang dana, dan kemampuan/keahlian penggalang dana).</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> Niat investasi pendana, yang diukur melalui skala yang menunjukkan seberapa besar kemungkinan mereka untuk berinvestasi dalam proyek.</p> <p>Penelitian ini menggunakan metode eksperimen berbasis web dengan desain faktorial <math>3 \times 3</math> untuk mengontrol jenis proyek dan tingkat pendanaan. Partisipan secara acak ditugaskan ke dalam skenario proyek yang berbeda, dan data dikumpulkan melalui survei setelah mereka mengevaluasi proposal proyek.</p>	<p>investor dan <i>fundraiser</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan investor terhadap <i>fundraiser</i>. Penelitian ini juga menemukan bahwa kepercayaan investor terhadap institusi penyelenggara penggalangan dana (<i>crowdfunding</i>) berperan penting dalam membentuk kepercayaan investor pada <i>fundraiser</i>. Hasil penelitian ini lebih lanjut mengungkap bahwa kepercayaan terhadap perusahaan <i>fundraiser</i> memiliki dampak yang signifikan terhadap niat untuk berinvestasi pada <i>crowdfunding</i> projects. Terakhir, penelitian ini menjelaskan bahwa dampak kepercayaan terhadap <i>fundraiser</i> terhadap investasi dapat berbeda beda sesuai dengan tipe proyek/ perusahaan dan tingkat pendanaan yang dibutuhkan.</p>
9.	<p><i>Trust, Distrust, And Crowdfunding: A Study On Perceptions Of Institutional Mechanisms.</i> David Strohmaier, Jianqiu Zeng, &amp; Muhammad Hafeez (2019)</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Kepercayaan dan ketidakpercayaan terhadap mekanisme institusional.</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> Partisipasi investor dalam <i>crowdfunding</i> serta keputusan mereka untuk memberikan dukungan finansial.</p> <p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menganalisis persepsi dan pengalaman investor terhadap mekanisme institusi. Data dikumpulkan melalui survei dan wawancara kepada para investor <i>crowdfunding</i>, dengan fokus pada</p>	<p>Hasil penelitian ini menemukan bahwa ketidakpercayaan adalah penghalang utama bagi seseorang untuk menjadi penyandang dana pada platform <i>crowdfunding</i>. Persepsi mekanisme perlindungan institusional (aturan platform, pemantauan, dan jaminan-jaminan) memengaruhi kepercayaan dan ketidakpercayaan individu pada <i>fundraiser</i> dan platform <i>crowdfunding</i>. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa kepercayaan atau ketidakpercayaan pada platform <i>crowdfunding</i> memengaruhi kepercayaan atau ketidakpercayaan individu pada <i>fundraiser</i>.</p>

		bagaimana mekanisme institusi mempengaruhi kepercayaan mereka.	
10.	Why do Individuals Not Participate in the Stock Market?. Stephen Brown, Chris Veld, & Yulia Veld-Merkoulova (2018)	<p><b>Variabel Independen:</b> Perceived <i>Equity</i> Risk Premium (PERP), Literasi keuangan Inertia (kecenderungan untuk tidak berinvestasi), Demografi (jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, status pekerjaan, dan agama)</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> Partisipasi di pasar saham (apakah individu berinvestasi di saham atau tidak)</p> <p>Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data dari anggota CentERpanel.</p>	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa PERP memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan investasi di pasar saham. Literasi keuangan dan inersia yang tinggi berdampak signifikan pada keputusan investasi.
11.	In <i>Crowdfunding We Trust: A trust-building model in lending crowdfunding</i> . Journal of Small Business Management. Krystallia Moysidou & J. Piet Hausberg (2019)	<p><b>Variabel Independen:</b> Judgment Kolektif: Persepsi crowdfunder tentang seberapa banyak dana yang telah diterima dan minat terhadap proyek. Feasibility (Kelayakan): Persepsi tentang kelayakan ide bisnis dan rencana yang diajukan dalam proyek <i>crowdfunding</i>.</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> Kepercayaan terhadap Proyek: Tingkat kepercayaan crowdfunder terhadap proyek yang diajukan.</p> <p>Metode Penelitian: Penelitian ini menggunakan metode Structural Equation</p>	Penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan pada platform <i>crowdfunding</i> dan kualitas informasi adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap kepercayaan investor terhadap proyek <i>crowdfunding</i> dibandingkan kepercayaan terhadap penggalang dana (perusahaan pengumpul dana). Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan awal investor terhadap platform ECF terbentuk berdasarkan faktor-faktor seperti reputasi platform, kualitas informasi yang diberikan, dan kredibilitas perusahaan penggalang dana. Model yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan faktor apa saja yang

		Modeling (SEM) untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui survei. Survei dilakukan dengan kerjasama platform <i>crowdfunding</i> Jerman, dan melibatkan analisis faktor eksploratori untuk menguji konstruk yang diharapkan.	menyebabkan kepercayaan crowdfunders terhadap proyek <i>crowdfunding</i> .
12.	Financial knowledge and <i>trust</i> in financial institutions. Van der Crujisen, Carin; de Haan, Jakob; Roerink, Ria (2021)	<p><b>Variabel Independen:</b> Pengetahuan finansial.</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> Kepercayaan umum terhadap institusi keuangan (<i>broad-scope trust</i>), Kepercayaan spesifik terhadap institusi keuangan tertentu (<i>narrow-scope trust</i>), Kepercayaan terhadap kompetensi dan integritas manajer institusi keuangan, Kepercayaan terhadap otoritas pengawas keuangan.</p> <p>Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan data panel. Data dikumpulkan melalui survei yang melibatkan responden yang menilai pengetahuan finansial dan tingkat kepercayaan mereka. Analisis data dilakukan menggunakan regresi logistik terurut dengan efek acak untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen dan dependen.</p>	Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara pengetahuan finansial dan kepercayaan terhadap institusi keuangan. Responden yang memiliki pengetahuan finansial yang lebih baik cenderung lebih percaya pada institusi keuangan dan manajernya, serta pada otoritas pengawas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan pengetahuan finansial di kalangan konsumen dapat berkontribusi pada peningkatan kepercayaan terhadap institusi keuangan..
13.	The Effect of <i>Trust</i> , Brand Awareness, and Social	<b>Variabel Independen:</b>	Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan,

	Piety in Donation Decisions Through Digital Platforms. Dahlia Bonang & Muhammad Baihaq (2022)	Kepercayaan, Kesadaran Merek, dan Kesalahan Sosial. <b>Variabel Dependen:</b> Keputusan Donasi. Metode penelitian yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) untuk menganalisis data yang diperoleh dari 250 responden.	kesadaran merek, dan kesalahan sosial terhadap keputusan donasi. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa kesadaran merek dan kepercayaan tidak mempengaruhi kesalahan sosial. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya transparansi dalam pengelolaan dana oleh lembaga fundraising yang menggunakan platform <i>fintech</i> . Sikap transparan dapat meningkatkan kepercayaan publik, yang pada gilirannya mendorong masyarakat untuk lebih sering menggunakan platform tersebut saat ingin menyalurkan dana.
14.	Retirement Financial Behaviour: How Important Is Being Financially Literate?. J.C. Hauff, A. Carlander, T. Garling, & G. Nicolini (2020)	<b>Variabel Independen:</b> Literasi keuangan faktual (F-BFL) dan literasi keuangan subjektif. <b>Variabel Dependen:</b> Perilaku keuangan terkait pensiun, yang mencakup perencanaan pensiun, tabungan pensiun, dan aktivitas investasi. Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari responden.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik literasi keuangan faktual maupun subjektif memiliki dampak signifikan terhadap perencanaan pensiun dan manajemen investasi pensiun. Namun, pengaruh literasi keuangan subjektif terhadap tabungan pensiun tidak mencapai tingkat signifikansi statistik yang konvensional. Penelitian ini juga menemukan bahwa skala baru yang dikembangkan memiliki korelasi yang tinggi dengan skala literasi keuangan yang sering digunakan dalam penelitian sebelumnya.
15.	Research on the factors that affect customers' purchase intention on <i>Crowdfunding</i> platform. Shui Lien Chen, Yung Hsin	<b>Variabel independen:</b> Motivasi (MOA), Kesempatan (MOA), Kemampuan (MOA), Ikatan Finansial, Ikatan Struktural <b>Variabel dependen:</b>	Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa faktor-faktor seperti motivasi, kesempatan, dan kemampuan, serta ikatan struktural, berperan penting dalam membangun pertukaran pengetahuan dan kepercayaan, yang akhirnya meningkatkan niat

	Lee, Tzu-Jui Chang, & Yu Chieh Chen. (2019)	<p>Pertukaran Pengetahuan, Kepercayaan, Niat Beli</p> <p>Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan kuesioner. Data dikumpulkan dari 654 responden, dan analisis dilakukan menggunakan AMOS 17.0 untuk menguji hipotesis yang diajukan.</p>	<p>beli di platform <i>crowdfunding</i>. Penelitian ini memberikan implikasi teoritis dan praktis bagi akademisi dan pelaku industri <i>crowdfunding</i>, serta menyarankan penelitian lebih lanjut di negara lain untuk membandingkan hasil yang diperoleh.</p>
--	---	--	--

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

**Tabel 2. 2**  
**Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu**

Persamaan	Perbedaan
Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah menggunakan variabel literasi keuangan, dan kepercayaan terhadap platform pada keputusan investasi di platform <i>equity crowdfunding</i> yang diperluas dengan menggunakan <i>theory</i> dari Stewart (2003) yaitu <i>Trust Transfer Theory</i> . Fisch & Seligman (2022), Arifah & Dalimunthe (2021), Alharbey & Hemmen (2021).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah lokasi penelitian yang berbeda, penambahan variabel kepercayaan terhadap <i>fundraiser</i> pada platform <i>equity crowdfunding</i> . Selain itu penelitian ini juga dimediasi oleh kepercayaan terhadap platform dan kepercayaan terhadap <i>fundraiser</i> .

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

## 2.2. Kajian Teoritis

### 2.2.1. *Financial Technology*

Financial technology, atau biasa disebut fintech, adalah perpaduan antara teknologi digital dan sistem keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi serta mempercepat berbagai layanan keuangan. Kehadiran teknologi ini mengubah cara pandang masyarakat terhadap sistem keuangan tradisional, mendorong peralihan menuju pendekatan yang lebih modern dan dinamis. Fintech dianggap sebagai salah satu inovasi penting dalam dunia keuangan, dengan pertumbuhan yang pesat seiring dengan perkembangan teknologi informasi, kebijakan yang mendukung, dan upaya pemerataan ekonomi. Inovasi ini tidak hanya menawarkan kemudahan, tetapi juga memberikan solusi baru dalam berbagai aspek layanan keuangan, seperti pembayaran, pinjaman, investasi, hingga pengelolaan keuangan pribadi. Melalui teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), blockchain, dan aplikasi mobile, *fintech* memberikan kemudahan akses dan efisiensi dalam proses keuangan,

yang sebelumnya dilakukan secara manual atau melalui metode konvensional (Theodorus, 2023).

Definisi Fintech Menurut Knewtson & Rosenbaum (2020), fintech didefinisikan sebagai aplikasi teknologi inovatif dalam layanan keuangan yang meningkatkan aksesibilitas, efisiensi, dan transparansi dalam transaksi. *Fintech* mencakup berbagai produk dan layanan baru yang menggabungkan teknologi digital dengan proses keuangan tradisional, yang mampu meningkatkan stabilitas sistem keuangan dan pembayaran secara keseluruhan. Penggunaan teknologi ini telah menciptakan berbagai model bisnis baru yang berpotensi mengubah lanskap keuangan global (Pebriyanti, 2024).

Selayaknya industri lainnya, industri *fintech* juga perlu memiliki regulasi atau aturan atau payung hukum guna melindungi kegiatan operasionalnya. Seiring berkembangnya zaman, maka diperlukan regulasi yang ketat untuk melindungi operasionalnya, mengurangi risiko yang mungkin timbul, serta menjaga kestabilan sistem keuangan.

### **2.2.2. *Equity crowdfunding***

*Crowdfunding* sebagai *fintech* yang bersifat menggalang dana dari banyak orang untuk memodali suatu proyek atau usaha yang dilakukan melalui internet dapat dibagi menjadi beberapa jenis, dimana masing-masing dengan karakteristik dan mekanismenya sendiri. Terdapat tiga model utama *crowdfunding* antara lain adalah *crowdfunding* berbasis donasi (*donation-based crowdfunding*), *crowdfunding* berbasis hadiah (*reward-based crowdfunding*), dan *crowdfunding* berbasis ekuitas (*equity-based crowdfunding*) (Cox & Nguyen, 2017). Berbeda dengan pendanaan tradisional yang sering melibatkan investor institusional atau modal ventura, *equity crowdfunding* memungkinkan individu untuk berpartisipasi dalam pendanaan, memperluas basis investor dan meningkatkan potensi akumulasi modal (Walthoff-Borm et al., 2018; Shneor & María, 2020). Popularitas *equity crowdfunding* telah meningkat seiring dengan

kemampuan mekanisme ini untuk mendemokratisasi akses terhadap modal, khususnya bagi startup dan UMKM yang sering kesulitan mendapatkan pendanaan melalui saluran tradisional.

*Equity crowdfunding* beroperasi melalui platform online yang mempertemukan pengusaha yang mencari modal dengan calon investor. Platform ini berfungsi sebagai perantara, memberikan ruang bagi pengusaha untuk mempresentasikan ide bisnis mereka dan kebutuhan pendanaan, sementara investor dapat melihat berbagai proyek dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang diberikan (Yacoub et al., 2022; Stevenson et al., 2021). Proses ini biasanya melibatkan pembuatan kampanye yang merinci model bisnis, tujuan pendanaan, dan potensi imbalan bagi investor, sehingga transparansi dalam pengambilan keputusan dapat terjamin (Rossi et al., 2022).

Salah satu peran penting dari *equity crowdfunding* adalah kemampuannya untuk mengurangi kesenjangan ekuitas, khususnya bagi startup dan UMKM yang sulit mengakses modal ventura. Penelitian menunjukkan bahwa *equity crowdfunding* dapat menjadi alternatif pendanaan yang signifikan, terutama di wilayah yang akses ke modal ventura terbatas (Łukowski & Zygmanski, 2019). Selain itu, peningkatan penggunaan *equity crowdfunding* telah dikaitkan dengan peningkatan inovasi dan peluang pertumbuhan bagi perusahaan kecil dan menengah (Eldridge et al., 2019). Ini memberikan akses yang lebih besar bagi usaha kecil untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Meski menawarkan berbagai manfaat, *equity crowdfunding* tidak lepas dari tantangan. Keberhasilan kampanye crowdfunding sangat bergantung pada kualitas proposal bisnis, pengalaman tim pendiri, dan minat investor. Banyak kampanye gagal mencapai target pendanaan, yang menunjukkan betapa kompetitifnya lanskap pendanaan ini (Rossi et al., 2022; Ralcheva & Roosenboom, 2019). Selain itu, asimetri informasi antara pengusaha dan investor dapat

mempersulit proses pengambilan keputusan, karena investor sering kali memiliki akses terbatas terhadap informasi penting terkait kinerja dan risiko perusahaan (Łukowski & Zygmanski, 2019). Regulasi juga memainkan peran penting dalam perkembangan *equity crowdfunding*, dengan negara-negara yang berbeda memiliki aturan yang berbeda pula mengenai cara operasi crowdfunding, serta perlindungan yang diberikan kepada investor (Maula & Lukkarinen, 2022).

### **2.2.3. Theory of Planned Behavior (TPB)**

*Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan salah satu teori psikologi yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1985, yang digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku individu dalam konteks tertentu (Ajzen, 1991). TPB menambahkan konsep kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*) sebagai komponen penting, di samping sikap (*attitude*) dan norma subjektif (*subjective norma*), untuk memberikan gambaran yang lebih akurat terkait niat dan perilaku seseorang. Menurut Ajzen, komponen ketiga ini sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan, yang pada akhirnya berdampak pada perilaku yang dilakukan (Ajzen, 1991).

Dalam keputusan investasi, TPB menjelaskan bagaimana investor membuat keputusan berdasarkan ketiga komponen tersebut. Misalnya, dalam berinvestasi di platform *crowdfunding*, investor mungkin memiliki sikap positif terhadap investasi karena potensi keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan metode investasi tradisional. Norma subjektif juga dapat berperan, di mana rekomendasi dari teman, keluarga, atau tokoh yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berinvestasi. Selain itu, kontrol perilaku yang dipersepsikan, seperti keyakinan bahwa mereka memiliki sumber daya atau pengetahuan yang cukup untuk membuat keputusan investasi, juga mempengaruhi tindakan mereka. Misalnya, seorang investor yang merasa memiliki pemahaman yang baik tentang risiko investasi di

crowdfunding lebih mungkin untuk terlibat dalam investasi tersebut (Ajzen, 2002).

#### **2.2.4. Theory Trust Transfer**

*Trust Transfer Theory* secara umum menjelaskan bagaimana kepercayaan yang dibangun dalam satu entitas atau konteks dapat dipindahkan ke entitas atau konteks lain yang berhubungan. Stewart (2003) mendefinisikan teori ini sebagai fenomena di mana kepercayaan yang sudah terbentuk terhadap satu pihak, misalnya platform dapat mempengaruhi atau meningkatkan kepercayaan terhadap pihak lain yang terlibat dalam transaksi tersebut, seperti *fundraiser*. Teori ini sering diterapkan dalam konteks transaksi *online*, di mana pengguna belum memiliki hubungan atau pengalaman sebelumnya dengan semua pihak yang terlibat, namun kepercayaan terhadap suatu platform dapat mendorong mereka untuk mempercayai pihak-pihak yang menggunakan platform tersebut (Chen et al., 2014).

Dalam konteks investasi, terutama pada *equity crowdfunding*, *Trust Transfer Theory* relevan untuk menjelaskan bagaimana kepercayaan terhadap platform investasi dapat meningkatkan kepercayaan terhadap pengelola dana atau *fundraiser*. Misalnya, seorang investor yang mempercayai platform seperti Kickstarter atau Manafa akan lebih cenderung mempercayai *fundraiser* yang menggalang dana di platform tersebut. Di kehidupan nyata, contoh yang relevan adalah e-commerce, di mana pengguna sering kali mempercayai penjual di marketplace seperti Tokopedia atau Shopee, karena mereka sudah percaya pada platform tersebut (Alharbey & Hemmen, 2021).

Teori ini menyoroti pentingnya dua aspek utama kepercayaan dalam investasi: (1) kepercayaan terhadap platform yang berfungsi sebagai perantara, dan (2) kepercayaan terhadap *fundraiser* yang mengelola dana investasi. Aspek ini menjadi sangat penting dalam platform *crowdfunding*, di mana informasi antara investor dan *fundraiser* sering kali asimetris. *Trust Transfer Theory* menekankan

bahwa platform harus membangun reputasi yang baik untuk memberikan rasa aman kepada investor, sehingga kepercayaan pada platform tersebut dapat beralih ke *fundraiser* yang menggunakan platform tersebut (Fungacova et al., 2019).

Dengan menggunakan teori ini, penelitian dapat menjelaskan bagaimana kepercayaan yang dimiliki investor pada platform mempengaruhi keputusan mereka untuk mempercayai *fundraiser* dan, pada akhirnya meningkatkan niat mereka untuk berinvestasi.

### **2.2.5. Niat Berinvestasi**

#### **2.2.5.1 Pengertian Niat Berinvestasi**

Niat perilaku mengacu pada rencana atau keputusan sadar individu untuk terlibat dalam perilaku tertentu (Sheeran & Webb, 2016). Niat perilaku merupakan representasi kognitif dari kesiapan individu untuk melakukan tindakan tertentu dan dianggap sebagai penentu utama perilaku aktual (Sheeran & Webb, 2016). Niat perilaku menangkap faktor motivasi yang memengaruhi perilaku dan menunjukkan kemauan atau upaya yang akan dilakukan seseorang untuk menyelesaikan perilaku tersebut (Jalambadani & Hosseini, 2022). Individu biasanya akan bertindak sesuai dengan niatnya, kecuali dalam kasus-kasus di mana ada tantangan yang tidak terduga, misalnya kurangnya kemampuan, sumber daya, dan kesempatan.

Dalam konteks teknologi, Shanmugam, Savarimuthu, dan Wen (2014:239) menjelaskan bahwa niat didefinisikan sebagai ukuran kemungkinan seseorang akan mengadopsi sebuah teknologi untuk tujuan tertentu dalam aktivitasnya sehari-hari. Niat dalam berinvestasi dapat diartikan sebagai kemauan dan rencana individu untuk mengalokasikan sumber daya mereka, seperti uang atau waktu, ke dalam sebuah peluang investasi dengan harapan dapat menghasilkan keuntungan atau mencapai tujuan keuangan tertentu (Sivaramakrishnan et al., 2017).

### 2.2.5.2 Niat Berinvestasi dalam Islam

Dalam Islam, niat (niyyah) adalah komponen fundamental yang menentukan kualitas dan tujuan dari setiap perbuatan. Niat tidak hanya menjadi dasar penilaian amal ibadah, tetapi juga mencakup tindakan sehari-hari, termasuk investasi. Secara umum, niat berinvestasi dapat diartikan sebagai keinginan atau rencana individu untuk mengalokasikan sumber daya yang dimilikinya, seperti uang, ke dalam peluang investasi dengan harapan mendapatkan keuntungan atau mencapai tujuan finansial. Niat adalah bentuk kesadaran spiritual yang mengarahkan perbuatan seorang muslim kepada tujuan yang baik dan sesuai dengan ajaran Allah SWT. Nabi Muhammad SAW bersabda:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ أَمْرٍ مَّا نَوَى

*"Sesungguhnya segala perbuatan itu tergantung pada niatnya, dan seseorang hanya akan mendapatkan apa yang dia niatkan..."* (HR. Bukhari dan Muslim). Ini menekankan bahwa tanpa niat yang baik, amal ibadah dan tindakan sehari-hari seseorang tidak akan mendapatkan pahala di sisi Allah.

Niat dalam Islam bukan hanya terkait dengan ibadah ritual seperti shalat atau puasa, tetapi juga mencakup seluruh aspek kehidupan, termasuk kegiatan ekonomi seperti berinvestasi. Seorang muslim yang berinvestasi harus melandasi tindakannya dengan niat untuk mencari ridha Allah, membantu sesama, dan mendukung usaha yang halal. Dengan demikian, niat menjadi instrumen utama yang menentukan apakah sebuah tindakan dapat dikategorikan sebagai ibadah atau tidak. Niat yang benar juga menghindarkan seseorang dari tindakan yang hanya berorientasi pada kepentingan duniawi semata, serta memastikan bahwa tindakan tersebut sejalan dengan prinsip-prinsip syariah.

Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an, Surat Al-Baqarah ayat 267, Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ  
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ  
اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

(Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memejamkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.")  
(QS. Al-Baqarah: 267)

Ayat ini mengajarkan bahwa niat yang tulus harus disertai dengan usaha yang baik dan halal. Dalam konteks investasi, seorang muslim diharapkan untuk memastikan bahwa dana yang diinvestasikan berasal dari sumber yang bersih dan sesuai syariah, serta digunakan untuk tujuan yang baik, seperti memajukan ekonomi umat dan membantu mereka yang membutuhkan.

Menurut tafsir Ibnu Katsir, ayat ini juga menegaskan pentingnya menghindari harta yang buruk atau diperoleh dengan cara yang tidak halal. Ketika berinvestasi, niat yang benar harus diiringi dengan komitmen untuk menjauhi praktik yang dilarang dalam Islam, seperti riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Oleh karena itu, niat berinvestasi dalam Islam tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada pencapaian ridha Allah SWT serta memberikan manfaat bagi umat.

Investasi dalam Islam tidak hanya soal mencapai keuntungan duniawi, tetapi juga tentang mendapatkan ridha Allah. Tafsir dari ayat ini menunjukkan bahwa Allah hanya menerima hal-hal yang baik, sehingga dalam berinvestasi, umat Muslim juga harus memilih

investasi yang halal dan bermanfaat secara sosial. Konsep ini mencakup larangan terhadap riba (bunga), gharar (ketidakpastian yang berlebihan), dan aktivitas yang merugikan orang lain. Dengan berinvestasi di jalan yang benar, seorang Muslim dapat menggabungkan tujuan finansial dengan tanggung jawab moral dan spiritual.

## **2.2.6. Literasi Keuangan**

### **2.2.6.1 Pengertian Literasi Keuangan**

Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam mengelola pendapatan secara efektif untuk mencapai kesejahteraan finansial yang lebih baik. Keahlian ini mencakup pemahaman dan penguasaan terhadap kondisi keuangan seseorang, sehingga memungkinkan individu untuk membuat keputusan ekonomi yang bijaksana dan tepat. Literasi keuangan menjadi fondasi penting yang harus dimiliki setiap orang, karena pengelolaan keuangan yang baik dapat berdampak langsung pada kualitas hidupnya (Houston, 2011). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016) literasi keuangan melibatkan kemampuan untuk membaca, menganalisis, mengelola, dan berkomunikasi mengenai pengalokasian sumber daya keuangan. Kemampuan ini tidak hanya membantu seseorang dalam mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi, tetapi juga mendukung proses pengambilan keputusan ekonomi yang lebih rasional dan strategis. Literasi keuangan dengan demikian menjadi salah satu keterampilan esensial untuk menghadapi tantangan keuangan dalam kehidupan modern.

Literasi keuangan memungkinkan individu untuk memahami kondisi keuangan yang kompleks, mengevaluasi risiko dan peluang keuangan, serta membuat keputusan keuangan yang tepat yang selaras dengan tujuan dan keadaan mereka (Bunyamin & Wahab, 2022). Literasi keuangan juga memainkan peran penting

dalam keputusan investasi. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi lebih mungkin untuk terlibat dalam kegiatan investasi, membuat pilihan investasi yang terinformasi, dan mencapai hasil investasi yang lebih baik (Rooij et al., 2012). Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pilihan investasi, risk-return trade-off, dan dampak faktor ekonomi terhadap kinerja investasi (Bunyamin & Wahab, 2022).

#### 2.2.6.2 Literasi Keuangan dalam Islam

Dalam Islam, literasi keuangan tidak hanya terkait dengan kemampuan mengelola harta secara efisien, tetapi juga berhubungan erat dengan prinsip-prinsip syariah yang mengatur segala aspek kehidupan, termasuk ekonomi dan keuangan. Literasi keuangan dalam Islam mengarahkan individu untuk memahami dan mengelola keuangan sesuai dengan ajaran agama, menghindari riba (bunga), maysir (perjudian), dan gharar (ketidakpastian) dalam kegiatan finansialnya. Ini berarti, seorang muslim yang paham akan literasi keuangan juga memahami bagaimana mengelola hartanya agar tidak hanya menghasilkan keuntungan duniawi, tetapi juga berkah di sisi Allah SWT. Dalam Surah Al-Baqarah ayat 282, Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ

*"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya..."*

Ayat ini menekankan pentingnya pencatatan dan pengelolaan transaksi keuangan dengan jelas dan transparan. Ayat ini menjelaskan bahwa Islam mendorong setiap muslim untuk memiliki catatan yang baik dalam setiap transaksi, baik itu

pinjaman, jual beli, atau investasi. Literasi keuangan dalam konteks ini mencakup kemampuan untuk mencatat, menganalisis, dan mengelola keuangan agar sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yang baik, termasuk investasi, sangat dianjurkan dalam Islam asalkan dilakukan sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut tafsir Ibnu Katsir, ayat ini juga merupakan perintah agar setiap transaksi atau muamalah yang melibatkan harta, terutama yang bersifat jangka panjang, harus dilakukan dengan hati-hati dan dipahami oleh semua pihak yang terlibat. Hal ini mencerminkan literasi keuangan yang baik, di mana individu mampu membaca, memahami, dan mengelola keuangan dengan cermat, sehingga menghindari kerugian dan ketidakpastian. Selain itu, pengelolaan keuangan yang baik juga memungkinkan seseorang untuk membantu sesama melalui zakat, sedekah, dan wakaf, yang semuanya merupakan bagian dari tujuan akhir literasi keuangan dalam Islam mencapai kesejahteraan dan keberkahan.

Ayat ini menekankan bahwa seorang muslim harus memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan dan transaksi ekonomi. Menyusun perencanaan keuangan, memahami risiko, serta membuat keputusan yang bijak adalah bagian dari adab Islam dalam bermuamalah. Literasi keuangan yang baik akan membantu individu menjalankan perintah Al-Qur'an dengan benar, memastikan bahwa transaksi dilakukan secara adil, dan harta digunakan dengan cara yang diridhai Allah.

Dengan demikian, literasi keuangan dalam Islam bukan hanya tentang memahami bagaimana cara mengelola harta untuk keuntungan pribadi, tetapi juga memastikan bahwa pengelolaan tersebut sesuai dengan aturan Allah SWT dan membawa manfaat bagi orang lain. Hal ini sejalan dengan ajaran bahwa setiap tindakan,

termasuk keputusan keuangan, harus dilakukan dengan niat yang baik dan sesuai dengan prinsip syariah.

### **2.2.7. Kepercayaan**

#### **2.2.6.1 Pengertian Kepercayaan**

Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai konstruksi psikologis yang berbatasan dengan penilaian individu atau kelompok individu mengenai fakta bahwa, individu dalam suatu sistem akan efektif dan berorientasi pada hasil yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Rousseau et al., 1998). Kepercayaan diyakini sebagai persepsi individu bahwa suatu objek memiliki karakteristik yang dapat dipercaya memberikan manfaat. Kepercayaan diartikan sebagai kemungkinan subjektif yang diyakini bahwa kondisi tertentu terjadi secara konsisten sesuai dengan ekspektasi (Kristina, 2022)

Kepercayaan dalam konteks investasi mengacu pada keyakinan atau kepercayaan yang dimiliki oleh seorang investor terhadap pihak lain, seperti individu, organisasi, atau lembaga keuangan, untuk bertindak dengan cara yang dapat diandalkan, jujur, dan kompeten dalam kaitannya dengan kegiatan investasi (Halbesleben & Wheeler, 2012). Kepercayaan berkaitan dengan kesediaan untuk melakukan investasi berdasarkan harapan positif yang dihasilkan dari interaksi atau pengalaman positif di masa lalu (Ivziku, 2023). Kepercayaan merupakan faktor penting dalam keputusan investasi karena mempengaruhi tingkat risiko yang bersedia diambil oleh investor, jumlah investasi yang dilakukan, dan kesediaan secara keseluruhan untuk terlibat dalam kegiatan investasi (Houser et al., 2010).

Dalam konteks investasi, kepercayaan memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan antara investor dan penerima investasi (Yang et al., 2020). Hal ini memengaruhi tingkat kerja sama, komitmen, dan kemauan untuk

terlibat dalam kemitraan investasi jangka panjang (Yang et al., 2020). Kepercayaan juga dapat memengaruhi kesediaan investor untuk mengambil risiko dan melakukan investasi dalam situasi yang tidak pasti atau tidak dikenal (Carey & Webb, 2017). Kepercayaan memberikan rasa aman dan mengurangi kerentanan yang dirasakan terkait dengan keputusan investasi (Annamalah et al., 2019).

Kepercayaan sering kali dinilai berdasarkan tiga dimensi utama: kemampuan (*ability*), integritas (*integrity*), dan kebajikan (*benevolence*) (Wan et al., 2020). Zhang & Li (2019) lebih lanjut menjelaskan masing-masing dimensi sebagai berikut:

- 1) Kemampuan (*ability*) mengacu pada keterampilan, kapabilitas, dan kompetensi yang dirasakan oleh individu terhadap pihak yang dipercaya untuk memenuhi kewajiban dan memenuhi janjinya. Kemampuan dapat mencakup keahlian, pengetahuan, dan rekam jejak pihak yang dipercaya dalam melaksanakan tugas atau memberikan layanan. Kepercayaan terhadap kemampuan pihak yang dipercaya sangat penting dalam situasi di mana interaksi sebagian besar dilakukan secara virtual, karena mungkin lebih sulit untuk menilai dimensi kepercayaan lainnya, seperti kebajikan dan integritas.
- 2) Integritas (*integrity*) mengacu pada kejujuran, keandalan, dan perilaku etis yang dirasakan oleh pihak yang memberikan kepercayaan dalam hal ini investor. Hal ini melibatkan sejauh mana pihak yang dipercaya mematuhi prinsip-prinsip moral dan etika, menepati janji, dan bertindak dengan cara yang dapat dipercaya. Kepercayaan terhadap integritas pihak yang dipercaya berkaitan erat dengan dimensi afektif dari kepercayaan, karena melibatkan evaluasi emosional terhadap karakter dan niat dari individu yang memberikan kepercayaan dimana dalam penelitian ini adalah investor.

- 3) Kebajikan (*benevolence*) mengacu pada niat baik, perhatian, dan kepedulian pihak yang dipercaya terhadap kepentingan dan kesejahteraan pemberi kepercayaan. Hal ini mencerminkan sejauh mana pihak yang dipercaya benar-benar tertarik pada kepuasan pemberi kepercayaan dan bertindak demi kepentingan terbaik mereka. Kepercayaan terhadap kebajikan pihak yang dipercaya juga terkait dengan dimensi afektif dari kepercayaan, karena hal ini melibatkan evaluasi emosional terhadap niat dan motivasi pihak yang dipercaya.

Secara khusus dalam konteks investasi pada platform *equity crowdfunding* terdapat dua jenis kepercayaan yaitu kepercayaan terhadap platform perantara *equity crowdfunding* dan kepercayaan terhadap *fundraiser* (perusahaan penggalang dana).

#### **2.2.6.2 Kepercayaan terhadap Platform *Equity crowdfunding***

Kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding* menurut Moysidou dan Hausberg (2019) merupakan salah satu bentuk dari kepercayaan berbasis institusi (*institution-based trust*) yang mengacu pada keyakinan individu bahwa terdapat struktur impersonal dan perlindungan secara struktural yang menjamin keberhasilan suatu transaksi atau usaha di masa depan. Istilah kepercayaan berbasis institusi pertama kali muncul dari literatur sosiologi, yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat dipengaruhi oleh struktur kelembagaan (yaitu hukum, peraturan, kontrak, pemerintah) yang menyediakan lingkungan yang aman dan terjamin bagi para partisipan, mendorong kerja sama antar anggota, dan menghukum perilaku yang tidak sesuai dengan aturan yang telah dibuat. Institusi menurut North (1990) dapat didefinisikan sebagai "aturan main dalam masyarakat," termasuk aturan "formal" yang ditegakkan oleh negara dan batasan "informal" seperti "kode etik, norma perilaku, dan konvensi" yang ditegakkan oleh anggota

kelompok yang bersangkutan. Berdasarkan definisi tersebut, platform *equity crowdfunding* dapat dipandang sebagai institusi karena memberlakukan aturan-aturan dalam proses *crowdfunding* dan memiliki potensi untuk mendorong kepercayaan berbasis institusi.

Sama halnya dengan e-commerce, *equity crowdfunding* tidak hanya membutuhkan penjual (*fundraiser*) dan pembeli (investor), tetapi juga sebuah platform (perantara) (Pavlou dan Gefen, 2004). Perantara *equity crowdfunding* adalah platform atau, dengan kata lain, pasar. Platform ini memanfaatkan sistem secara *online* menggunakan internet untuk mempercepat proses investasi dari investor terhadap pengusaha potensial dengan bertanggung jawab mengelola, mengumpulkan, dan mendistribusikan informasi baik dari investor maupun *fundraiser* (Moysidou dan Hausberg, 2019). Oleh karena itu, investor perlu mempercayai *fundraiser* dan platformnya. Kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding* (perantara) dapat didefinisikan sebagai kepercayaan investor terhadap keyakinan bahwa platform tersebut akan mengatur dan menerapkan kebijakan, aturan, dan hasil investasi secara efisien dan jujur (Bansal et al., 2016).

Perlindungan teknis platform juga merupakan salah satu faktor penting yang membuat investor mempercayai *fundraiser*. Karena risiko investor yang tinggi, keamanan dan keselamatan investor, seperti otentikasi, perlindungan dari penipuan, dan layanan penarikan dana, menjadi perhatian utama platform *equity crowdfunding*. Selain perlindungan dan keamanan, investor cenderung berharap bahwa platform akan menyediakan layanan berkualitas tinggi untuk membantu transaksi (Liu et al., 2015).

### **2.2.6.3 Kepercayaan terhadap *Fundraiser***

Investasi pada *equity crowdfunding* dapat dikategorikan sebagai investasi jangka panjang yang berisiko tinggi. Kepercayaan

terhadap *Fundraiser* (penggalang dana) dapat didefinisikan sebagai keyakinan bahwa penggalang dana akan bekerja secara kooperatif untuk memenuhi harapan investor (McKnight dan Chervany 2001). Kepercayaan penggalang dana sangat penting untuk pencapaian pendanaan. Dalam konteks *crowdfunding*, investor dapat memilih untuk berinvestasi dalam sebuah usaha yang ditawarkan dari beberapa pengusaha, tetapi mayoritas investor masih belum begitu mengenal usaha yang didirikan oleh pengusaha tersebut. Investor dalam *equity crowdfunding* tunduk pada risiko, asimetri informasi, dan ketidakpastian dalam keputusan investasi mereka (Chen et al., 2014). Oleh karena itu, investor perlu menilai *Fundraiser* secara menyeluruh dari segala aspek. Penilaian *Fundraiser* biasanya melalui informasi di halaman usaha pada platform *equity crowdfunding* yang dapat berupa rating, dan informasi lain tentang imbal hasil, dan berbagai kinerja perusahaan lainnya yang dapat menjadi indikator kejujuran dan keandalan *Fundraiser*. Kepercayaan investor terhadap *Fundraiser* dapat dipengaruhi oleh regulasi transaksi yang merupakan perlindungan teknis platform dapat menghindari penipuan *Fundraiser*. Selain itu, pengusaha yang terbuka dalam obligasi yang mereka berikan serta memiliki reputasi yang baik memiliki kemungkinan yang lebih rendah untuk mengalami kegagalan penggalangan dana (Liu et al., 2015).

#### **2.2.6.4 Kepercayaan dalam Islam**

Dalam Islam, kepercayaan adalah fondasi utama dalam semua interaksi sosial dan bisnis, termasuk dalam hal investasi. Prinsip-prinsip kepercayaan harus melibatkan kejujuran, tanggung jawab, dan integritas, sebagaimana dianjurkan dalam ajaran Al-Qur'an. Allah SWT berfirman dalam Surah An-Nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ  
إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

"*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat*"

Ayat ini menekankan pentingnya menyampaikan amanah (kepercayaan) dan berbuat adil dalam setiap urusan, termasuk investasi. Dalam konteks ini, baik platform *equity crowdfunding* maupun *fundraiser* yang terlibat harus memegang teguh nilai-nilai kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab dalam pengelolaan dana yang diinvestasikan.

Tafsir dari ayat ini, sebagaimana dijelaskan oleh Ibnu Katsir, menunjukkan bahwa seseorang yang menerima amanah harus menjaga kepercayaan itu dengan penuh tanggung jawab dan tidak berkhianat. Begitu pula dalam investasi kepercayaan terhadap platform dan *fundraiser* harus didasarkan pada keyakinan bahwa mereka akan menjalankan amanah dengan baik dan transparan. Investasi yang dilakukan dengan penuh kepercayaan terhadap platform berarti investor yakin bahwa platform tersebut akan menjaga integritas, tidak menyalahgunakan dana, dan bertindak sesuai prinsip-prinsip syariah.

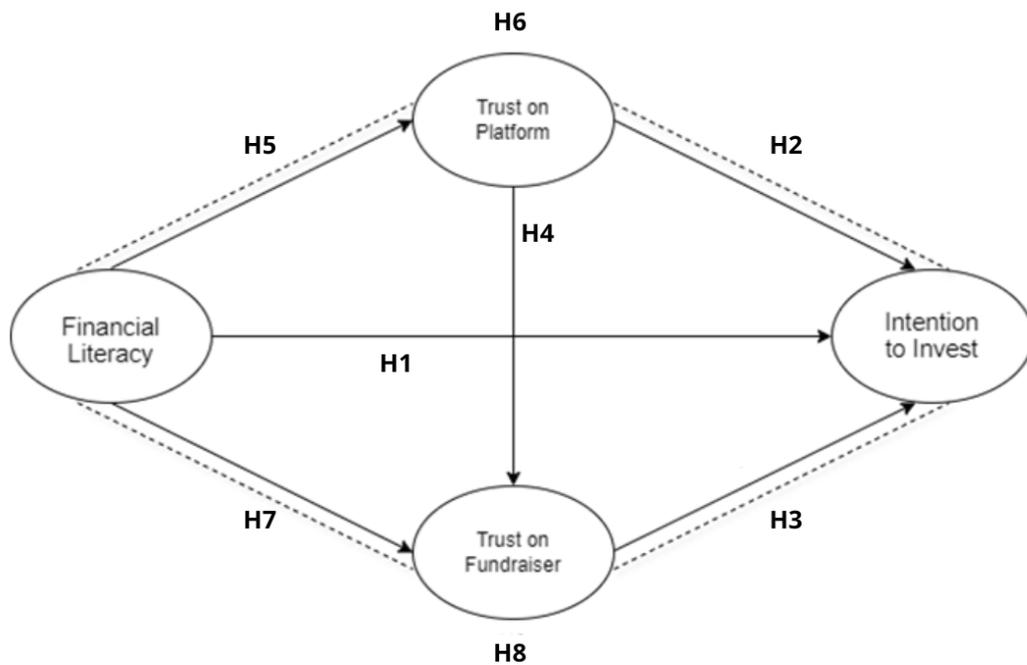
Kepercayaan terhadap platform dan *fundraiser* dalam Islam juga harus didasari pada kebajikan (*benevolence*), di mana kedua pihak tidak hanya berfokus pada keuntungan pribadi tetapi juga memperhatikan kepentingan dan kesejahteraan investor. Ini selaras dengan prinsip kebajikan dalam kepercayaan yang diajarkan Islam, yaitu bahwa pihak yang dipercaya harus memiliki niat baik dalam mengelola investasi, sehingga membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Sebagaimana Islam menekankan pada prinsip masalah (manfaat) dan tawakkul (ketergantungan kepada Allah),

para *fundraiser* harus mengedepankan kepentingan bersama dan menjalankan tanggung jawab mereka dengan kejujuran dan transparansi. Dengan cara ini, mereka tidak hanya membangun kepercayaan investor, tetapi juga menjalankan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek investasi.

### 2.3. Kerangka Konsep

Berdasarkan uraian teori, penelitian terdahulu, serta fenomena yang terjadi maka dibuatlah kerangka konsep dalam penelitian ini yang digambarkan pada literasi dan Gambar 2.1 berikut:

**Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir**



Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Keterangan :

H1 : Pengaruh literasi keuangan terhadap niat berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding* (Arifah & Dalimunthe (2021), Brown, Veld, & Veld-Merkoulova (2017), Adil & Ansari (2022)).

H2 : Pengaruh kepercayaan pada platform terhadap niat berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding*. Ammari et al., (2023), Kim et al., (2020) Fisch and Seligman (2021).

H3 : Pengaruh kepercayaan pada *fundraiser* terhadap niat berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding*. Alharbey & Van Hemmen (2021), Kim et al., (2020), dan Liang et al., (2019).

H4 : Pengaruh kepercayaan investor generasi milenial pada platform *Equity crowdfunding* terhadap kepercayaan terhadap *fundraiser* pada platform *Equity crowdfunding*. Alharbey & Van Hemmen (2021)

H5 : Pengaruh literasi keuangan terhadap kepercayaan pada platform *Equity crowdfunding*. Ammari et al., (2023)

H6 : Pengaruh literasi keuangan terhadap niat berinvestasi melalui kepercayaan terhadap platform sebagai variabel mediasi. Ammari et al., (2023) dan Kim et al., (2020).

H7 : Pengaruh literasi keuangan terhadap kepercayaan pada *fundraiser* *Equity crowdfunding*. Cruijssen (2021)

H8 : Pengaruh literasi keuangan terhadap niat berinvestasi melalui kepercayaan terhadap *fundraiser* sebagai variabel mediasi. Cruijssen (2021) dan Kim et al., (2020).

## **2.4. Hipotesis Penelitian**

### **2.4.1 Pengaruh literasi keuangan terhadap niat berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding***

Peran literasi keuangan sebagai faktor yang dapat mempengaruhi niat individu untuk berinvestasi diteliti dalam beberapa penelitian diantaranya penelitian Arifah & Dalimunthe (2021), Fisch & Seligman (2021), Adil & Ansari (2022). Hasil penelitian penelitian Arifah & Dalimunthe (2021) membuktikan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam mempengaruhi keputusan individu untuk berinvestasi di non-donation *crowdfunding*. Individu dengan literasi keuangan yang baik memiliki 4 kali peluang lebih tinggi untuk berinvestasi pada non-donation

*crowdfunding*. Hasil yang serupa juga ditemukan pada Adil & Ansari (2022) dalam penelitiannya menemukan hasil yang selaras dengan penelitian Arifah & Dalimunthe (2021) dimana literasi keuangan terbukti mempengaruhi keputusan investasi baik pada pria maupun Wanita.

H1: Literasi keuangan berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding*

#### **2.4.2 Pengaruh kepercayaan pada platform terhadap niat berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding***

Keputusan investasi pada platform *Equity crowdfunding* juga dapat dipengaruhi oleh faktor emosional seperti kepercayaan investor terhadap platform *Equity crowdfunding*. Dugaan ini didasari pada penelitian Alharbey & Van Hemmen (2021) dan Kim et al., (2020). Alharbey & Van Hemmen (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kepercayaan investor pada platform *Equity crowdfunding* dapat berdampak kepada niat investor untuk melakukan investasi pada platform tersebut. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin kuat kepercayaan yang dimiliki investor terhadap platform maka semakin besar niat yang dimiliki untuk berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding* tersebut. Hasil yang serupa juga diungkapkan dalam penelitian Kim et al., (2020) yang menunjukkan bahwa kesediaan untuk berinvestasi pada *Equity crowdfunding* secara signifikan dipengaruhi oleh kepercayaan investor pada platform tersebut.

H2: Kepercayaan pada platform berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding*

#### **2.4.3 Pengaruh kepercayaan pada *fundraiser* terhadap niat berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding***

Niat berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding* selain dipengaruhi oleh kepercayaan investor terhadap platform *Equity crowdfunding* juga dipengaruhi oleh kepercayaan investor pada perusahaan *fundraiser*. Beberapa penelitian seperti Alharbey & Van Hemmen (2021), Kim et al., (2020), dan Liang et al., (2019) menguji hubungan antara

kepercayaan investor terhadap *fundraiser* dengan niat untuk berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding*. Liang et al., (2019) dalam penelitiannya membuktikan bahwa kepercayaan investor kepada *fundraiser* dapat meningkatkan niat untuk berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding* secara signifikan. Hasil yang serupa ditemukan dalam penelitian Kim et al., (2020) dimana kepercayaan terhadap *fundraiser* terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat untuk berinvestasi meskipun pengaruh yang diberikan lebih kecil dibandingkan kepercayaan terhadap platform *Equity crowdfunding*.

H3: Kepercayaan pada *fundraiser* berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada platform *Equity crowdfunding*.

#### **2.4.4 Pengaruh kepercayaan investor generasi milenial pada platform *Equity crowdfunding* terhadap kepercayaan terhadap *fundraiser* pada platform *Equity crowdfunding***

Kepercayaan terhadap *fundraiser* juga sangat bergantung pada kepercayaan investor pada platform *Equity crowdfunding*. Kepercayaan pada *fundraiser* dapat muncul jika investor memiliki kepercayaan yang tinggi pada platform *Equity crowdfunding*. Alharbey & Van Hemmen (2021) dalam penelitiannya mendapati bahwa kepercayaan pada platform *equity crowdfunding* secara signifikan dapat meningkatkan kepercayaan investor kepada *fundraiser*.

H4: Kepercayaan investor generasi milenial pada platform *Equity crowdfunding* berpengaruh terhadap kepercayaan terhadap *fundraiser* pada platform *Equity crowdfunding*

#### **2.4.5 Pengaruh literasi keuangan terhadap kepercayaan pada platform *Equity crowdfunding***

Literasi keuangan selain berperan dalam mempengaruhi keputusan investasi juga memegang peran penting dalam mempengaruhi kepercayaan individu terhadap platform investasi. Ammari et al., (2023) mengidentifikasi literasi keuangan sebagai faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan investor pada instrumen investasi tertentu.

Penelitian ini juga mendapati bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan mereka untuk berinvestasi pada bank sebagai lembaga keuangan selama masa pandemi COVID-19 (Ammari et al., (2023).

H5: Literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan pada platform *Equity crowdfunding*.

#### **2.4.6 Pengaruh literasi keuangan terhadap niat berinvestasi melalui kepercayaan terhadap platform sebagai variabel mediasi.**

Literasi keuangan memainkan peran penting dalam mempengaruhi niat individu untuk berinvestasi, terutama melalui kepercayaan terhadap platform investasi yang digunakan. Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan menjadi alat untuk mengevaluasi platform secara lebih baik, mempercayai transparansi yang ditawarkan, dan membuat keputusan yang lebih terinformasi (Ammari et al., 2023). Literasi keuangan yang baik memungkinkan investor untuk memahami dan menilai kinerja platform, termasuk bagaimana platform tersebut mengelola dana dan berinteraksi dengan investor. Kim et al. (2020) menegaskan bahwa kepercayaan terhadap platform crowdfunding memediasi hubungan antara literasi keuangan dan niat berinvestasi. Investor dengan literasi keuangan yang tinggi lebih cenderung untuk percaya pada mekanisme dan transparansi platform crowdfunding, yang kemudian meningkatkan niat mereka untuk berinvestasi. Dengan demikian, kepercayaan terhadap platform memainkan peran penting sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan niat berinvestasi.

H6 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan pada platform *Equity crowdfunding* melalui kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding*.

#### **2.4.7 Pengaruh literasi keuangan terhadap kepercayaan pada *fundraiser Equity crowdfunding***

Tingkat literasi keuangan juga memainkan peran penting dalam membentuk tingkat kepercayaan terhadap *fundraiser* dalam platform

*crowdfunding*. Literasi keuangan yang tinggi memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan kepercayaan investor terhadap pengelola dana. Menurut Cruijssen et al., (2021) investor dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung memiliki kepercayaan yang lebih kuat pada pengelola dana, karena mereka mampu memahami risiko dan potensi keuntungan investasi dengan lebih jelas.

H7 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan pada *fundraiser Equity crowdfunding*.

#### **2.4.8 Pengaruh literasi keuangan terhadap niat berinvestasi melalui kepercayaan terhadap *fundraiser* sebagai variabel mediasi.**

Literasi keuangan sangat memengaruhi kepercayaan terhadap *fundraiser* di platform *equity crowdfunding*, yang pada akhirnya berdampak pada niat berinvestasi. Individu dengan literasi keuangan yang baik lebih mampu memahami risiko dan peluang yang disajikan oleh *fundraiser*, memungkinkan mereka untuk melakukan penilaian yang lebih rasional terhadap proyek yang ditawarkan. Penelitian oleh Cruijssen et al., (2021) menunjukkan bahwa investor dengan pemahaman finansial yang lebih tinggi cenderung memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadap *fundraiser* karena mereka dapat mengevaluasi informasi investasi secara lebih akurat dan terperinci.

Dengan literasi keuangan yang lebih baik, individu dapat menilai kredibilitas *fundraiser* dengan lebih tepat, sehingga menurunkan rasa khawatir yang biasanya muncul saat berinvestasi di proyek *equity crowdfunding*. Kim et al. (2020) menyatakan bahwa kepercayaan terhadap *fundraiser* memainkan peran kunci dalam meningkatkan partisipasi crowdfunding, Oleh karena itu, literasi keuangan berperan sebagai fondasi penting dalam memperkuat kepercayaan terhadap *fundraiser*, yang pada akhirnya meningkatkan niat berinvestasi di platform *equity crowdfunding*.

H8 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan pada platform *Equity crowdfunding* melalui kepercayaan terhadap *fundraiser* di platform *equity crowdfunding*.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini berdasarkan pendekatannya termasuk penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang biasa digunakan dalam ilmu perilaku dan sosial dan bidang terkait di mana hasil yang diamati dan disajikan secara numerik (Mackey & Gass, 2021). Jenis penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatori yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel (Pfister et al., 2022). Penelitian ini berusaha menjelaskan hubungan antara literasi keuangan dan persepsi terhadap risiko terhadap kepercayaan terhadap platform dan *fundraiser* dan dampaknya kepada keputusan berinvestasi pada *equity crowdfunding platform*. Berdasarkan pengumpulan datanya penelitian ini termasuk pada penelitian survey dimana pengumpulan data diambil dari sampel individu atau kelompok untuk mengumpulkan informasi tentang karakteristik, pendapat, sikap, perilaku, atau pengalaman mereka terhadap variabel yang diteliti.

#### **3.2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya, yang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Timur. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dari sensus tahun 2020, Provinsi Jawa Timur memiliki jumlah generasi milenial terbesar kedua di Indonesia, setelah Jawa Barat, dengan total populasi mencapai 11,22 juta orang. Di Surabaya sendiri, kelompok usia milenial (24-39 tahun) mencakup lebih dari 30% dari total populasi kota. Fakta ini menunjukkan bahwa Surabaya memiliki potensi besar sebagai lokasi penelitian terkait niat investasi generasi milenial, terutama dalam konteks platform *equity crowdfunding* yang berbasis fintech.

Pemilihan Surabaya sebagai lokasi penelitian juga didasari oleh pertumbuhan eko (fintech). Surabaya memiliki infrastruktur digital yang mendukung, dengan akses internet yang luas dan penetrasi teknologi yang tinggi. Kondisi ini sangat relevan dengan penelitian ini, yang berfokus pada perilaku investasi generasi milenial melalui platform fintech, sehingga Surabaya menjadi

kota yang tepat untuk menggambarkan tren fintech dan minat investasi milenial di Indonesia.

### **3.3. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi merupakan kumpulan atau kelompok objek yang menjadi fokus utama dalam suatu penelitian. Objek-objek ini dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, fenomena alam, nilai-nilai, peristiwa, sikap, atau berbagai aspek lainnya yang relevan untuk dikaji, sehingga semuanya dapat dijadikan sumber data yang mendukung penelitian (Burhan, 2011). Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah generasi milenial, yaitu individu yang berada dalam rentang usia 24 hingga 39 tahun. Penelitian ini dilakukan di Surabaya, Jawa Timur, yang dipilih sebagai lokasi karena berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Jawa Timur memiliki jumlah generasi milenial terbesar kedua di Indonesia setelah Jawa Barat. Hal ini menunjukkan bahwa Jawa Timur, khususnya Surabaya sebagai kota metropolitan, merupakan wilayah dengan potensi besar untuk meneliti perilaku investasi generasi milenial, terutama melalui platform *equity crowdfunding*.

Pengambilan sampel bertujuan untuk meningkatkan efisiensi waktu dan biaya, sekaligus untuk memastikan hasil penelitian lebih akurat dan representatif (Cochran, 1977). Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan mengacu pada pendapat Hair et al. (2019), yang menyarankan bahwa dalam penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, jumlah sampel ideal berkisar antara 100 hingga 200 responden. Jumlah tersebut disesuaikan dengan banyaknya item pertanyaan dalam kuesioner, guna memastikan hasil yang representatif dan dapat diandalkan. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan data yang valid, relevan, dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Hair et al., (2019) menjelaskan bahwa sebagian besar peneliti setuju bahwa jumlah sampel minimal dalam penelitian menggunakan pengukuran kuesioner adalah 10 kali jumlah item pertanyaan. Berdasarkan pendapat tersebut maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah  $10 \times 13 = 130$  responden.

### **3.4. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan *purposive*. *Non-probability sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana unit populasi tidak dipilih berdasarkan probabilitasnya untuk dipilih (Malhotra, 2010). *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang melibatkan pemilihan individu atau elemen untuk penelitian berdasarkan kriteria tertentu atau tujuan tertentu (Bhatti et al., 2022). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini ialah pengguna platform *equity crowdfunding* yang sudah terbentuk pada Tahun 2020 sejak diberlakukannya POJK Nomor 57/POJK.04/2020 dan bertahan hingga September Tahun 2023. Terdapat empat platform yang mendapat izin operasi dari OJK pada tahun 2020 dan masih bertahan hingga September Tahun 2023 yaitu PT Santara Daya Inspiratama (Santara), PT Investasi Digital Nusantara (Bizhare), PT Crowddana Teknologi Indonusa (CrowdDana) dan LandX. Pemilihan sampel ini ditujukan agar memperoleh informasi yang lebih valid dengan mendasarkan pada platform *equity crowdfunding* yang telah banyak mendapatkan kepercayaan dari masyarakat Indonesia.

### **3.5. Data dan Jenis Data**

Terdapat dua jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah yaitu data primer dan data sekunder.

#### **a) Data Primer**

Data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian (Burhan, 2011). Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data primer pada penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab (Brace & Bolton, 2022). Kuesioner dalam penelitian ini disebar dengan menggunakan *Google Form* yang berisi pernyataan-pernyataan terkait variabel literasi keuangan, persepsi terhadap risiko, kepercayaan terhadap platform dan

*fundraiser*, serta keputusan investasi pada platform *equity crowdfunding*. Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur data yang diperoleh dari kuesioner adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Penelitian ini menggunakan skala likert dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Skor Skala Likert**

<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Bobot Skor</b>
STS = Sangat Tidak Setuju	1
TS = Tidak Setuju	2
N = Netral	3
S = Setuju	4
SS = Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono (2012)

5-poin skala likert dianggap sederhana dan mudah dijawab oleh responden serta memiliki variansi yang baik sehingga dapat mengakomodir jawaban responden dengan lebih baik khususnya jika kuesioner diberikan kepada responden yang memiliki pengetahuan yang baik terhadap obyek penelitian (Brace & Bolton, 2022).

**b) Data Sekunder**

Menurut Umar (2008), data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut, misalnya dalam bentuk tabel, grafik, diagram, atau gambar, sehingga menjadi lebih informatif dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain. Data ini biasanya sudah mengalami pengolahan atau analisis sebelumnya, sehingga lebih siap untuk digunakan sebagai referensi dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, data sekunder berfungsi data penunjang untuk penelitian seperti data tentang pengguna platform *equity crowdfunding* dan juga jumlah investasi pada platform *equity crowdfunding* serta data sekunder lainnya yang digunakan untuk memperkuat landasan penelitian.

Data sekunder dalam penelitian ini dikumpulkan dengan melakukan studi literatur pada publikasi ilmiah dan database *online* yang diperoleh dari berbagai sumber *online* terpercaya seperti *ojk.co.id* yang dapat memperkuat landasan penelitian tentang keputusan investasi pada platform *equity crowdfunding*.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini mengumpulkan data yang diambil menggunakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan kuisioner terhadap sampel individu atau kelompok untuk mengumpulkan informasi tentang karakteristik, pendapat, sikap, perilaku, atau pengalaman mereka terhadap variabel yang diteliti. Kuesioner dalam penelitian ini disebar dengan menggunakan *Google Form* yang berisi pernyataan-pernyataan perihal variabel literasi keuangan, persepsi terhadap risiko, kepercayaan terhadap platform dan *fundraiser*, serta keputusan investasi pada platform *equity crowdfunding*.

### **3.7. Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya atau objek lainnya. Berdasarkan judul penelitian yang diambil, maka variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau variabel yang diduga sebagai penyebab dari variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Literasi Keuangan (LK),

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam model. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Keputusan Investasi (KI)

3. Variabel Mediasi (Variabel *Intervening*)

Variabel yang menghubungkan variabel bebas dan terikat pada model penelitian serta berperan sebagai variabel mediasi. Pada penelitian ini,

Kepercayaan terhadap Platform (KP) dan Kepercayaan terhadap *Fundraiser* (KF) digunakan sebagai variabel *intervening*.

### **3.7.1 Literasi Keuangan (X)**

Literasi keuangan mengacu pada pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku individu yang berkaitan dengan masalah keuangan. Literasi keuangan mencakup pemahaman konsep keuangan, kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam situasi kehidupan nyata, dan kapasitas untuk membuat keputusan keuangan yang tepat (Kadoya & Khan, 2020; Okamoto & Komamura, 2021). Otoritas Jasa Keuangan (Keuangan, 2016) menyebutkan bahwa literasi keuangan sebagai kemampuan dalam membaca, menganalisa, mengelola keuangan dan berkomunikasi tentang pengalokasian sumber daya keuangan yang berpengaruh pada tingkat kesejahteraan dan proses pengambilan keputusan ekonomi yang tepat.

### **3.7.2 Keputusan Investasi (Y)**

Niat mengacu pada rencana sadar individu atau kemauan untuk terlibat dalam perilaku tertentu atau mengambil tindakan tertentu di masa depan (Yulandeano & Rita, 2023). Niat merupakan evaluasi subjektif individu dan komitmen untuk melakukan suatu perilaku berdasarkan keyakinan, sikap, dan motivasi mereka (Martínez-González et al., 2021). Dalam konteks investasi pada platform *equity crowdfunding*, niat dapat diartikan sebagai keinginan investor secara sadar untuk mengalokasikan sejumlah dana yang dimiliki pada platform *equity crowdfunding* berdasarkan keyakinan mereka akan manfaat yang akan didapatkan dari investasi yang dilakukan. Ibrahim et al. (2020) menjelaskan bahwa niat dapat diukur dengan menggunakan tiga indikator antara lain:

### **3.7.3 Kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding* (M1)**

Strohmaier, Zeng & Hafeez (2019) menjelaskan bahwa kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding* dapat juga disebut sebagai kepercayaan terhadap perantara (*intermediary trust*). Kepercayaan terhadap perantara mengacu pada kepercayaan dan ketergantungan yang diberikan individu kepada

perantara atau entitas pihak ketiga yang memfasilitasi transaksi atau interaksi antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses atau sistem tertentu. Kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding* yang bertindak sebagai perantara (intermediary) dapat didefinisikan sebagai kepercayaan investor individu terhadap keyakinan bahwa platform tersebut akan mengatur dan menerapkan kebijakan, aturan, dan hasil secara efisien dan jujur (Bansal et al., 2016).

#### **3.7.4 Kepercayaan terhadap *fundraiser* (M2)**

Strohmaier, Zeng & Hafeez (2019) menjelaskan bahwa kepercayaan terhadap *fundraiser* dapat disetarakan dengan kepercayaan interpersonal. Kepercayaan interpersonal antara dua pihak mengacu pada keyakinan penting yang mendasari bahwa penerima kepercayaan akan berperilaku seperti yang dijanjikan, serta dengan cara yang benar secara etis dan moral (Deutsch, 1958). Kepercayaan terhadap *fundraiser* dapat didefinisikan sebagai keyakinan subjektif investor bahwa pihak penggalang dana (*fundraiser*) akan memenuhi rencana dan kewajiban yang dijanjikan seperti yang dijelaskan dalam platform *equity crowdfunding* (Liang, Wu, & Huang, 2019).

**Tabel 3. 2**  
**Indikator Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b>Skala</b>	<b>Sumber</b>
Literasi keuangan	Pemahaman pada suku bunga	Anda memiliki Rp 100.000.000 di tabungan, dan bank memberikan bunga 10% per tahun. Berapa jumlah uang di rekening Anda setelah 5 tahun jika tidak ada penarikan?	Likert	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lal et al., (2022)</li> <li>• Klapper &amp; Lusardi (2019)</li> <li>• Anshika &amp; Singla (2022)</li> </ul>
	Pemahaman pada Inflasi	Misalkan bunga tabungan Anda 1% per tahun dan tingkat inflasi 2% per tahun. Setelah 1 tahun, seberapa banyak daya beli uang di rekening Anda?		
	Pemahaman pada diversifikasi risiko	Misalkan Anda memiliki sejumlah uang. Apakah lebih aman menempatkan uang pada satu jenis investasi atau mendistribusikannya ke beberapa jenis investasi?		
	Kemampuan matematika dasar	Anda perlu meminjam Rp 10.000.000. Pilihan mana yang lebih rendah untuk dibayar kembali?		

Kepercayaan terhadap platform <i>equity crowdfunding</i>	Kemampuan platform <i>equity crowdfunding</i> ( <i>Ability</i> )	Saya yakin bahwa platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX kompeten dan layak mengelola proyek crowdfunding.	Likert	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strohmaier, Zeng &amp; Hafeez (2019)</li> <li>• Alharbey &amp; Van Hemmen (2021)</li> </ul>
	Integritas platform <i>equity crowdfunding</i> ( <i>Integrity</i> )	Saya percaya bahwa platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX memiliki integritas tinggi.		
	Kemurahan hati platform <i>equity crowdfunding</i> ( <i>Benevolence</i> )	Saya percaya platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX peduli terhadap semua penggunanya..		
Kepercayaan terhadap <i>fundraiser</i>	Kemampuan <i>fundraiser</i> ( <i>Ability</i> )	Saya yakin bahwa pengumpul dana pada platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX memiliki kompetensi untuk mencapai target dan menepati janji kepada investor	Likert	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strohmaier, Zeng &amp; Hafeez (2019)</li> <li>• Alharbey &amp; Van Hemmen (2021)</li> </ul>

	Integritas ( <i>Integrity</i> ) <i>fundraiser</i>	Saya yakin bahwa pengumpul dana pada platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana dan LandX akan memenuhi kewajibannya kewajibannya.		
	Kemurahan hati ( <i>Benevolence</i> ) <i>fundraiser</i>	Saya percaya bahwa sebagian besar pengumpul dana pada platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana dan LandX jujur.		
Niat berinvestasi	Kesediaan ( <i>Willingness</i> )	Saya bersedia berinvestasi di platform <i>crowdfunding</i> seperti Santara, Bizhare, CrowdDana dan LandX	Likert	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ibrahim et a. (2020)</li> <li>• Maziriri et al., (2019)</li> </ul>
	Perencanaan ( <i>Planning</i> )	Saya berharap dapat berinvestasi pada platform <i>crowdfunding</i> seperti Santara, Bizhare, CrowdDana dan LandX dalam waktu dekat.		
	Rasa akan kepentingan ( <i>Importancy</i> )	Saya merasa penting untuk berkontribusi secara finansial dalam investasi melalui		

		platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX.		
--	--	--	--	--

Sumber: diolah oleh peneliti (2024)

### **3.8. Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan untuk meneliti pengaruh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat berinvestasi pada platform *equity crowdfunding* adalah analisis statistika deskriptif serta analisis Partial Least Square (PLS).

#### **3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah metode yang digunakan dalam analisis data untuk meringkas dan menggambarkan karakteristik utama dari kumpulan data. Dengan menggunakan statistik deskriptif dapat informasi dapat disajikan secara ringkas dan lebih mudah untuk dipahami. Statistik deskriptif mencakup ukuran-ukuran seperti rata-rata, median, modus, standar deviasi, dan rentang dari data (Mishra et al., 2019). Ukuran-ukuran ini memberikan informasi tentang keragaman dan sebaran data yang diteliti. Dengan menggunakan statistika deskriptif sebaran responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan karakteristik demografi lainnya dapat dijelaskan. Statistika deskriptif juga membantu menjelaskan jawaban mayoritas responden serta rata-rata skor jawaban yang diberikan untuk tiap item pertanyaan yang diberikan terkait literasi keuangan, persepsi risiko, kepercayaan terhadap platform dan *fundraiser*, serta niat untuk berinvestasi pada *equity crowdfunding*.

#### **3.8.2 Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)**

PLS-SEM merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk meneliti hubungan antar variabel yang bersifat laten. Variabel laten sering juga disebut sebagai *unobserved variable* yang artinya variabel yang tidak dapat diukur secara langsung dan bersifat abstrak (Merkle et al., 2019). Variabel laten sering ditemui dalam penelitian sosial contohnya kepuasan, motivasi, kepercayaan, dan sebagainya. Variabel laten tidak dapat diukur secara langsung sehingga membutuhkan indikator untuk mengukur variabel tersebut. Indikator-indikator ini dalam penelitian survey sering dikenal sebagai item pengukuran yang dinilai melalui jawaban responden pada item kuesioner (Hair et al., 2022). PLS-SEM dapat digunakan pada berbagai jenis data, baik metrik maupun non-

metrik (Hair et al., 2019). Oleh karena itu PLS-SEM dapat digunakan dalam menganalisis data yang dihasilkan dari item kuesioner dengan menggunakan skala likert.

Hair et al., (2022) menjelaskan bahwa secara keseluruhan dalam menganalisis model PLS-SEM terdiri dari dua evaluasi utama yaitu evaluasi outer model (model pengukuran) dan evaluasi inner model (model struktural)

1) Evaluasi Outer Model

Evaluasi *outer model* dilakukan untuk memastikan instrumen pengukuran yang digunakan untuk menyusun variabel laten valid dan konsisten dalam menggambarkan variabel penelitian. Evaluasi *outer model* terdiri dari evaluasi *construct reliability*, *convergent validity*, dan *discriminant validity* (Hair et al., 2022).

a) Evaluasi *construct reliability* dilakukan untuk menunjukkan akurasi dan konsistensi instrumen dalam mengukur variabel laten dalam penelitian (Hair et al., 2022). PLS-SEM mengukur keandalan instrumen menggunakan *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0.6 menunjukkan bahwa instrumen dalam suatu variabel laten memiliki konsistensi internal yang baik. Sementara itu untuk *composite reliability* disertakan karena memiliki akurasi dalam mengevaluasi konsistensi dibandingkan *Cronbach's alpha* (Hair et al., 2022). *Composite reliability* bernilai lebih dari 0.7 menunjukkan bahwa instrumen penelitian dianggap dapat dipercaya (Avkiran & Ringle, 2018).

b) *Convergent validity* mengukur sejauh mana instrumen penelitian dalam satu variabel berkorelasi positif dengan instrumen lain dalam konstruk yang sama (Hair et al., 2022). Beberapa ahli statistik berpendapat bahwa *convergent validity* dapat dinilai melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Apabila AVE suatu variabel laten lebih besar dari 0.5 maka dapat dinyatakan bahwa item dalam variabel laten tersebut memiliki *convergent validity* yang sangat baik (Hair et al., 2022). Pengujian *convergent validity* juga dapat dilihat

melalui nilai *outer loading* tiap item pengukuran. *Outer loading* item pengukuran lebih dari 0.7 menunjukkan bahwa item tersebut memiliki akurasi yang baik dalam menggambarkan variabel laten (Avkiran & Ringle, 2018).

- c) *Discriminant validity* menurut Hair et al., (2022) menunjukkan seberapa jauh perbedaan suatu konstruk dari konstruk lainnya. *Discriminant validity* mengacu secara khusus pada bagaimana alat penelitian hanya dapat menilai satu konstruk saja dengan baik. merupakan proses pengujian untuk memastikan bahwa setiap variabel laten memiliki instrumen pengukuran yang bersifat unik dan tidak tumpang tindih dengan variabel laten lainnya dalam model penelitian. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa variabel-variabel yang diukur benar-benar berbeda satu sama lain secara konseptual. Salah satu cara untuk menguji *discriminant validity* adalah dengan menggunakan kriteria Fornell-Larcker. Kriteria ini melibatkan perbandingan antara akar kuadrat Average Variance Extracted (AVE) suatu variabel laten dengan nilai korelasinya terhadap variabel laten lain dalam model Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Menurut Hair et al. (2022), *discriminant validity* dianggap terpenuhi jika akar kuadrat AVE dari suatu variabel laten lebih besar daripada nilai korelasi variabel tersebut dengan variabel laten lainnya. Dengan kata lain, nilai AVE harus mencerminkan kemampuan instrumen dalam mengukur konstruksi secara spesifik tanpa terpengaruh oleh hubungan dengan konstruksi lain. Pengujian *discriminant validity* ini penting dilakukan karena memberikan kepastian bahwa setiap variabel dalam model PLS-SEM memiliki peran yang jelas dan tidak saling tumpang tindih. Selain itu, *discriminant validity* juga memperkuat validitas keseluruhan model, sehingga hasil analisis dapat lebih dipercaya untuk diinterpretasikan dalam menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis.

Apabila terdapat item yang tidak valid maupun reliabel berdasarkan hasil evaluasi *outer model*, item tersebut akan dikoreksi dan akan dikeluarkan dari model. Apabila semua item telah dinyatakan memiliki validitas dan reliabilitas yang baik maka selanjutnya akan dilakukan tahap berikutnya yaitu evaluasi *inner model*.

2) Evaluasi *Inner Model*

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk melihat keeratn hubungan antar variabel dalam penelitian. Evaluasi *inner model* juga digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian model dalam menjelaskan data empiris yang dikumpulkan dalam penelitian. Evaluasi *inner model* secara khusus mengevaluasi koefisien jalur yang menunjukkan hubungan antar variabel, koefisien determinasi ( $R^2$ ) model PLS-SEM, dan *Effect Size* ( $f^2$ )

- a) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam suatu model penelitian. Nilai  $R^2$  menggambarkan proporsi variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen. Dengan kata lain,  $R^2$  merupakan kuadrat dari korelasi antara variabel independen dan dependen yang dihitung secara simultan dalam model. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model yang dianalisis. Menurut Ghazali (2014), nilai  $R^2$  yang lebih besar dari 0,25 (25%) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara variabel independen dan variabel dependen. Artinya, setidaknya 25% dari variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, sementara sisanya disebabkan oleh variabel lain di luar model atau faktor-faktor yang tidak diukur. Interpretasi nilai  $R^2$  perlu mempertimbangkan konteks penelitian dan kompleksitas model, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai hubungan antar variabel dalam studi yang dilakukan.
- b) Koefisien jalur atau *path coefficient* menunjukkan besar pengaruh variabel independent terhadap dependen pada model struktural (Hair et al., 2019). Nilai koefisien jalur menunjukkan apakah hubungan antar variabel bersifat

negatif atau positif. Hubungan positif menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya variabel independen maka variabel dependen juga akan semakin baik, begitu juga sebaliknya. Sementara itu, hubungan negatif menunjukkan dengan semakin tingginya nilai variabel independen maka variabel dependen justru akan semakin rendah, begitu juga sebaliknya. Hubungan dinyatakan signifikan atau hipotesis penelitian diterima apabila nilai statistik uji T (*T-statistics*) lebih besar dibandingkan titik kritis pengujian. Titik kritis dalam penelitian ini sesuai dengan derajat kesalahan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 5% adalah sebesar 1.964. Pengujian koefisien jalur juga dapat dilakukan dengan melihat p-value dari hasil *bootstrapping*, apabila p-value lebih kecil dari derajat kesalahan penelitian ( $\alpha$ ) 5% maka dinyatakan pengaruh variabel independent terhadap dependen dinyatakan signifikan.

- c) *Effect size* ( $f^2$ ) merupakan salah satu alternatif pengujian kuat hubungan antar variabel selain R-square (Hair et al., 2022). *Effect size* menunjukkan seberapa kuat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Cohen (1988) memberikan kategorisasi kuatnya pengaruh variabel independen berdasarkan *effect sizenya*, dimana *effect size* dibawah 0.02 dinyatakan tidak ada pengaruh yang dapat diperhitungkan dari variabel independent, *effect size* antara 0.02 hingga 0.15 dapat dikategorikan pengaruh lemah (*small effect*), *effect size* 0.15 hingga 0.35 dinyatakan sebagai pengaruh sedang (*medium effect*), dan *effect size* lebih 0.35 atau lebih dinyatakan sebagai pengaruh kuat (*large effect*).

**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1. Hasil Penelitian**

**4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Terdapat 180 responden telah mengisi kuesioner yang dibagikan dengan menggunakan platform survey *Populix*. Jumlah ini telah memenuhi jumlah minimum sampel yang diperlukan pada model struktural. Karakteristik responden yang telah terkumpul dalam penelitian ini mencakup jenis kelamin, rentang usia, tingkat pendidikan terakhir, pendapatan, jenis pekerjaan, serta pengalaman dalam melakukan investasi. Rincian karakteristik dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut.

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian**

<b>Karakteristik Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-Laki	96	53.3
Perempuan	84	46.7
<b>Usia</b>		
18-24 Tahun	33	18.3
25-30 Tahun	58	32.2
31-35 Tahun	51	28.3
36-40 Tahun	38	21.1
<b>Pendidikan</b>		
SMP	2	1.1
SMA	48	26.7
Diploma	12	6.7
Sarjana	110	61.1
Pascasarjana	8	4.4
<b>Pendapatan</b>		

< Rp. 2.500.000	30	16.7
Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	42	23.3
Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	56	31.1
> Rp. 10.000.000	52	28.9
<b>Status Pekerjaan</b>		
Bekerja paruh waktu (part-time)	20	11.1
Bekerja penuh waktu (full-time), status kontrak	59	32.8
Bekerja penuh waktu (full-time), status permanen	93	51.7
Tenaga lepas (freelancer)	8	4.4
<b>Pernah Berinvestasi Sebelumnya</b>		
Tidak	51	28.3
Ya	129	71.7
<b>Jenis Investasi</b>		
Crypto	25	19.4
Deposito	6	4.7
Emas	22	17.1
Obligasi	5	3.9
P2P Lending	1	0.8
Reksadana	29	22.5
Saham	36	27.9
Tanah	2	1.6

---

Sumber: diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 4.1 didapatkan bahwa responden memiliki proporsi yang cukup seimbang antara responden laki-laki (53.3%) dan perempuan (46.7%). Sebagian besar responden berusia antara 25 hingga 30 tahun (32,2%), diikuti oleh kelompok usia 31-35 tahun (28,3%). Responden dengan rentang usia 25 hingga 35 tahun mendominasi dibandingkan kategori usia lainnya, hal ini sejalan dengan data OJK yang mengidentifikasi mayoritas investor adalah generasi milenial.

Deskripsi karakteristik responden juga menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir di jenjang Sarjana (61,1% atau 110 responden). Sebaliknya, hanya 2 responden (1,1%) yang berpendidikan SMP, mengindikasikan bahwa investor milenial di Indonesia cenderung memiliki latar belakang pendidikan yang baik. Dengan tingkat pendidikan yang baik, mayoritas responden memiliki pendapatan bulanan sebesar Rp. 5.000.000 hingga Rp. 10.000.000 (31.1% atau 56 responden). Nilai ini menunjukkan mayoritas investor memiliki pendapatan di kisaran rata-rata atau di atas pendapatan perkapita di Indonesia yaitu sebesar 71.000.000 pertahun atau 6.000.000 perbulan. Selain itu mayoritas responden telah memiliki pengalaman investasi yaitu sebanyak 129 responden (71.7%) dengan sebagian besar berinvestasi pada saham yaitu sebesar 27.9% responden.

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

##### 4.1.2.1 Deskripsi Jawaban Responden pada Literasi Keuangan

Dalam penelitian ini literasi keuangan diukur oleh empat indikator utama yang mengkaji tingkat pemahaman responden terhadap: 1) suku bunga; 2) Inflasi; 3) diversifikasi risiko; dan 4) kemampuan matematis. Jawaban yang diberikan oleh responden dinilai berdasarkan kesesuaian dengan kunci jawaban untuk menentukan apakah jawaban tersebut benar atau salah. Adapun ringkasan hasil jawaban responden terkait item pertanyaan literasi keuangan disajikan pada Tabel 4.2.

**Tabel 4. 2 Deskripsi Jawaban Responden pada Item Kuesioner Literasi Keuangan**

Item	Salah		Benar		Rata-Rata
	n	%	n	%	
LK.1	23	12.8	157	87.2	2.91
LK.2	45	33.9	135	66.1	
LK.3	67	37.2	113	62.8	
LK.4	61	25.0	119	75.0	

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa item dengan tingkat jawaban benar tertinggi adalah terkait suku bunga (LK.1) dengan sebanyak 157 responden (87,2%) memberikan jawaban yang benar. Hal ini menunjukkan bahwa investor milenial umumnya memiliki pemahaman yang baik tentang konsep suku bunga dan bagaimana pengaruhnya terhadap pertumbuhan aset yang mereka miliki. Indikator kedua dengan tingkat keberhasilan tertinggi adalah pemahaman tentang inflasi (LK.2), di mana 135 responden (66,1%) menjawab dengan benar. Jawaban ini mengindikasikan bahwa sebagian besar investor milenial memahami bagaimana inflasi dapat memengaruhi nilai aset mereka dari waktu ke waktu.

Namun, data juga menunjukkan bahwa indikator dengan jumlah jawaban salah terbanyak adalah pada diversifikasi risiko (LK.3) dan kemampuan matematis (LK.4). Sebanyak 37,2% responden salah menjawab pada item LK.3, yang menunjukkan kurangnya pemahaman tentang pentingnya menyebarkan risiko investasi melalui berbagai instrumen. Selain itu, sebanyak 25% responden memberikan jawaban salah pada LK.4, mengindikasikan keterbatasan dalam kemampuan matematis yang dapat memengaruhi kemampuan mereka dalam memproyeksikan keuntungan dan kerugian investasi secara akurat. Meskipun demikian, rata-rata skor keseluruhan jawaban pada literasi keuangan didapatkan sebesar 2.91 yang mengindikasikan bahwa investor milenial telah memiliki literasi keuangan yang baik.

#### **4.1.2.2 Deskripsi Jawaban Responden pada Kepercayaan terhadap Platform**

Kepercayaan pada Platform dalam penelitian ini terdiri dari tiga item kuesioner sebagai instrumen pengukuran. Adapun deskripsi jawaban untuk tiap item kuesioner terkait variabel kepercayaan pada platform disajikan pada Tabel 4.3.

**Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden pada Item Kuesioner Kepercayaan terhadap Platform**

Item	STS		TS		N		S		SS		Modus
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
KP.1	0	0.0	1	0.6	42	23.3	53	29.4	84	46.7	Sangat Setuju
KP.2	0	0.0	2	1.1	37	20.6	56	31.1	85	47.2	Sangat Setuju
KP.3	1	0.6	2	1.1	35	19.4	58	32.2	84	46.7	Sangat Setuju

Berdasarkan hasil deskripsi pada Tabel 4.3 mayoritas responden menunjukkan tingkat kepercayaan yang sangat tinggi terhadap platform *equity crowdfunding* seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX. Pada item pertama, sebanyak 46,7% responden menjawab "Sangat Setuju" terhadap pernyataan bahwa platform crowdfunding tersebut adalah platform yang kompeten dan memenuhi syarat untuk menyelenggarakan proyek crowdfunding. Jawaban ini mengindikasikan bahwa investor milenial memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan platform dalam menjalankan perannya sebagai lembaga investasi yang andal.

Hasil serupa juga terlihat pada item kedua, di mana 47.2% responden memilih "Sangat Setuju" terhadap pernyataan bahwa platform-platform tersebut memiliki integritas tinggi. Jawaban ini mencerminkan keyakinan investor milenial terhadap komitmen platform dalam menjaga transparansi dan kejujuran dalam operasionalnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden percaya bahwa platform *equity crowdfunding* tidak hanya kompeten, tetapi juga memiliki integritas dalam menjalankan perannya sebagai penyelenggara investasi.

Pada item ketiga, mayoritas responden (46.7%) kembali menjawab "Sangat Setuju" terhadap pernyataan bahwa platform *equity crowdfunding* peduli terhadap semua pengguna mereka. Jawaban ini menunjukkan bahwa investor milenial memiliki persepsi yang positif terhadap niat baik platform dalam menjalankan tanggung jawabnya serta kepedulian terhadap kepentingan para investor.

Dengan demikian hasil data menggambarkan bahwa mayoritas responden memiliki kepercayaan yang sangat tinggi terhadap platform *equity crowdfunding*, baik dalam hal kompetensi, integritas, maupun kepedulian terhadap pengguna. Kepercayaan ini menjadi indikator bahwa platform-platform tersebut telah berhasil memenuhi harapan investor milenial dalam menjalankan fungsi mereka sebagai lembaga investasi yang kredibel dan peduli.

#### 4.1.2.3 Deskripsi Jawaban Responden pada Kepercayaan terhadap Fundraiser

Kepercayaan pada Fundraiser dalam penelitian ini terdiri dari tiga item kuesioner sebagai instrumen pengukuran. Adapun deskripsi jawaban setiap item kuesioner untuk variabel kepercayaan pada fundraiser disajikan pada Tabel 4.4.

**Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden pada Item Kuesioner Kepercayaan terhadap Fundraiser**

Item	STS		TS		N		S		SS		Modus
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
KF.1	1	0.6	2	1.1	40	22.2	59	32.8	78	43.3	Sangat Setuju
KF.2	2	1.1	3	1.7	38	21.1	54	30.0	83	46.1	Sangat Setuju
KF.3	1	0.6	0	0.0	38	21.1	61	33.9	80	44.4	Sangat Setuju

Berdasarkan deskripsi pada Tabel 4.4 mayoritas responden menunjukkan tingkat kepercayaan yang sangat tinggi terhadap pihak fundraiser pada platform *equity crowdfunding* seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX. Pada item pertama yang menyatakan bahwa pengumpul dana memiliki kompetensi untuk mencapai tujuan dan menepati janji kepada investor, sebanyak 43.3% responden menjawab "Sangat Setuju." Hal ini menunjukkan bahwa investor milenial memiliki keyakinan yang kuat terhadap kompetensi fundraiser dalam menjalankan kerjasama dan memenuhi komitmen mereka kepada para investor.

Hasil serupa terlihat pada item kedua, yang menyatakan bahwa fundraiser akan memenuhi kewajibannya sebagai bagian dari platform crowdfunding. Sebanyak 46.1% responden memberikan jawaban "Sangat Setuju," menjadikan jawaban tersebut sebagai yang paling dominan. Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas investor milenial percaya bahwa platform crowdfunding memiliki integritas yang tinggi dalam menjalankan tanggung jawab mereka sebagai lembaga investasi.

Pada item ketiga, yang menilai kejujuran fundraiser, mayoritas responden juga memberikan penilaian positif. Sebanyak 44.4% responden menjawab "Sangat Setuju" terhadap pernyataan bahwa fundraiser pada platform crowdfunding jujur dalam memberikan informasi terkait usaha dan kerjasama yang dilakukan. Jawaban ini mencerminkan tingginya kepercayaan investor milenial terhadap transparansi dan etika fundraiser dalam menjalankan perannya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap fundraiser pada platform *equity crowdfunding*, baik dari segi kompetensi, integritas, maupun kejujuran. Modus "Sangat Setuju" pada semua item menggarisbawahi keyakinan kuat bahwa fundraiser mampu menjalankan tugasnya dengan profesional, memenuhi kewajiban mereka, dan memberikan informasi yang jujur kepada investor. Hal ini mencerminkan bahwa platform seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX telah berhasil membangun citra positif di kalangan investor milenial.

#### **4.1.2.4 Deskripsi Jawaban Responden pada Niat Investasi**

Niat investasi dalam penelitian ini terdiri dari tiga item kuesioner sebagai instrumen pengukuran. Adapun deskripsi jawaban untuk tiap item kuesioner untuk variabel niat investasi pada *platform equity crowdfunding* disajikan pada Tabel 4.5.

**Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden pada Item Kuesioner Niat Investasi**

Item	STS		TS		N		S		SS		Modus
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
NI.1	0	0.0	2	1.1	30	16.7	75	41.7	73	40.6	Setuju
NI.2	0	0.0	1	0.6	28	15.6	61	33.9	90	50.0	Sangat Setuju
NI.3	0	0.0	2	1.1	36	20.0	55	30.6	87	48.3	Sangat Setuju

Berdasarkan deskripsi pada Tabel 4.5, mayoritas responden menunjukkan niat investasi yang tinggi terhadap platform *equity crowdfunding* seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX. Pada item pertama, sebanyak 41.7% responden menjawab "Setuju" terhadap pernyataan bahwa mereka sangat bersedia untuk berinvestasi melalui platform crowdfunding tersebut. Hasil ini mencerminkan kesediaan yang tinggi dari investor milenial untuk menjadikan platform *equity crowdfunding* sebagai salah satu pilihan investasi mereka.

Hasil yang konsisten terlihat pada item kedua, di mana sebanyak 50.0% responden memberikan jawaban "Sangat Setuju" terhadap pernyataan bahwa mereka berharap dapat berinvestasi melalui platform crowdfunding dalam waktu dekat. Jawaban ini mengindikasikan optimisme dan harapan yang besar dari investor milenial untuk memanfaatkan platform *equity crowdfunding* sebagai instrumen investasi di masa depan.

Pada item ketiga, responden kembali menunjukkan pandangan positif terhadap investasi di platform crowdfunding. Sebanyak 48.3% responden menjawab "Sangat Setuju" terhadap pernyataan bahwa penting bagi mereka untuk berkontribusi secara finansial melalui investasi pada platform crowdfunding. Jawaban ini menggambarkan bahwa investor milenial tidak hanya melihat platform ini sebagai peluang investasi, tetapi juga sebagai bagian penting dari pengelolaan keuangan mereka.

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa investor milenial memiliki kesediaan, harapan, dan pandangan yang kuat terhadap pentingnya berinvestasi di platform *equity crowdfunding*. Mereka memandang investasi ini sebagai langkah strategis yang dapat memberikan kontribusi positif terhadap keuangan mereka, serta mendukung perkembangan platform crowdfunding sebagai alternatif investasi modern yang andal.

#### **4.1.3 Hasil Analisis Outer Model (Model Pengukuran)**

Evaluasi outer model dilakukan untuk menilai sejauh mana variabel manifes mampu mengukur variabel laten yang diteliti secara akurat dan dapat dipercaya. Menurut Hair dkk. (2022), evaluasi outer model mencakup tiga aspek utama, yaitu: 1) validitas konvergen, 2) validitas diskriminan, dan 3) reliabilitas konstruk.

##### **4.1.3.1 Evaluasi Validitas Konvergen**

Evaluasi validitas konvergen dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian dapat secara akurat merepresentasikan variabel laten yang diukur. Penilaian ini dilakukan dengan melihat nilai Outer Loading dan Average Variance Extracted (AVE). Outer loading mengukur sejauh mana item pengukuran berkorelasi dengan variabel laten yang diwakilinya. Menurut Hair et al. (2022), indikator dianggap memiliki validitas konvergen yang baik jika nilai outer loading lebih dari 0.70. Item dengan nilai outer loading di bawah 0.40 sebaiknya dihapus dari analisis, sedangkan item dengan nilai antara 0.40 hingga 0.70 dapat tetap digunakan, asalkan konstruk variabel memiliki validitas konvergen yang memadai, ditunjukkan dengan nilai average variance extracted (AVE) lebih dari 0.50.

**Tabel 4. 6 Outer Loading Item Pengukuran Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE
Literasi Keuangan	Skor	1,000	1.000
Kepercayaan Pada Platform	KP.1	0.923	0.849
	KP.2	0.918	
	KP.3	0.923	
Kepercayaan pada Fundraiser	KF.1	0.923	0.818
	KF.2	0.873	
	KF.3	0.916	
Niat Investasi	NI.1	0.907	0.825
	NI.2	0.909	
	NI.3	0.909	

Berdasarkan Tabel 4.6 seluruh item pengukuran memiliki nilai outer loading di atas 0.7 yang menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut telah memenuhi validitas konvergen dan dapat digunakan dalam model pengukuran. Variabel literasi keuangan dinilai berdasarkan total skor jawaban benar pada item pertanyaan yang diajukan untuk mengukur tingkat literasi pengguna platform *equity crowdfunding*. Selain itu, validitas konvergen juga dievaluasi melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang merepresentasikan rata-rata kuadrat outer loading dari indikator-indikator terkait. AVE yang setara dengan komunalitas mencerminkan sejauh mana indikator secara kolektif dapat menggambarkan variabel konstruk. Nilai AVE di atas 0.5 menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari separuh varians variabel laten. Berdasarkan hasil analisis, seluruh variabel konstruk memiliki nilai AVE yang lebih dari 0.5 sehingga dapat disimpulkan bahwa item pengukuran secara bersama-sama mampu menjelaskan konstruk dengan baik, dan semua variabel penelitian telah mencapai validitas konvergen yang memadai.

#### 4.1.3.2 Evaluasi Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dilakukan untuk memastikan bahwa indikator atau item pertanyaan pada suatu variabel hanya mengukur variabel tersebut dan tidak tumpang tindih dengan variabel lain (Hair et al., 2021). Dalam penelitian ini, validitas diskriminan diuji menggunakan dua metode, yaitu Kriteria Fornell-Larcker dan Cross-Loading. Metode Fornell-Larcker dilakukan dengan membandingkan akar kuadrat AVE dengan koefisien korelasi antar variabel dalam model. Jika akar kuadrat AVE suatu variabel lebih besar dibandingkan koefisien korelasi variabel tersebut dengan variabel laten lainnya, maka indikator-indikator dalam variabel tersebut dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik.

**Tabel 4. 7 Evaluasi Validitas Diskriminan Menggunakan Kriteria Fornell-Larcker**

	Literasi Keuangan	Niat Berinvestasi	Kepercayaan terhadap Fundraiser	Kepercayaan terhadap Platform
Literasi Keuangan	1.000			
Niat Berinvestasi	0.476	0.908		
Kepercayaan terhadap Fundraiser	0.445	0.756	0.904	
Kepercayaan terhadap Platform	0.490	0.782	0.890	0.922

Tabel 4.7 menunjukkan nilai akar kuadrat AVE untuk setiap variabel pada diagonal tabel, sedangkan nilai di luar diagonal merepresentasikan korelasi antar variabel laten dalam penelitian. Akar kuadrat AVE untuk variabel kepercayaan pada fundraiser adalah 0.904 yang lebih besar dibandingkan korelasinya dengan variabel lain. Hal yang sama berlaku untuk semua variabel lainnya, di mana nilai akar kuadrat AVE selalu lebih besar dibandingkan

koefisien korelasi dengan variabel laten lainnya dalam model. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi validitas diskriminan dengan baik.

Evaluasi validitas diskriminan menggunakan metode cross-loading dilakukan dengan membandingkan nilai outer loading setiap item dengan nilai cross-loading item tersebut terhadap variabel laten lainnya dalam model struktural. Jika nilai outer loading suatu item lebih besar dibandingkan dengan nilai cross-loading-nya pada variabel lain, maka item tersebut dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik. Tabel 4.8 menyajikan nilai outer loading dan cross-loading untuk setiap item pengukuran.

**Tabel 4. 8 Nilai Outer Loading dan Cross-Loading tiap Item Kuesioner**

Item	Kepercayaan pada Fundraiser	Kepercayaan pada Platform	Literasi Keuangan	Niat Berinvestasi
KF.1	<b>0.923</b>	0.835	0.441	0.696
KF.2	<b>0.873</b>	0.742	0.346	0.620
KF.3	<b>0.916</b>	0.832	0.415	0.730
KP.1	0.795	<b>0.923</b>	0.468	0.767
KP.2	0.779	<b>0.918</b>	0.463	0.678
KP.3	0.883	<b>0.923</b>	0.426	0.715
LK	0.445	0.490	<b>1.000</b>	0.476
NI.1	0.706	0.727	0.446	<b>0.907</b>
NI.2	0.671	0.710	0.414	<b>0.909</b>
NI.3	0.683	0.695	0.437	<b>0.909</b>

Hasil evaluasi validitas diskriminan menunjukkan bahwa nilai outer loading, yang ditampilkan pada nilai diagonal yang dipertebal dalam tabel, lebih besar dibandingkan dengan nilai cross-loading pada variabel lain. Sebagai contoh, outer loading KF.1

sebesar 0,923 lebih tinggi dibandingkan cross-loading-nya dengan variabel lainnya. Hal yang sama berlaku untuk seluruh item lain, di mana nilai outer loading selalu lebih besar daripada cross-loading. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap item pengukuran dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik, sehingga setiap item secara spesifik merepresentasikan variabelnya dan dapat dibedakan dari variabel lain dalam model.

#### 4.1.3.3 Evaluasi Reliabilitas Konstruk

Evaluasi reliabilitas konstruk bertujuan untuk menentukan apakah variabel penelitian cukup reliabel dalam mengukur fenomena secara empiris. Reliabilitas konstruk diuji dengan menilai nilai composite reliability dan Cronbach's alpha dari hasil analisis PLS. Menurut Hair et al. (2022), sebuah variabel dianggap reliabel jika nilai composite reliability melebihi 0.7 dan nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa indikator atau item pertanyaan variabel tersebut dapat diandalkan, sehingga jika digunakan kembali pada objek yang sama di masa depan, hasil yang diperoleh akan konsisten dengan penelitian ini. Nilai composite reliability dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.9.

**Tabel 4. 9 Nilai Composite Reliability dan Cronbach’s Alpha Tiap Variabel**

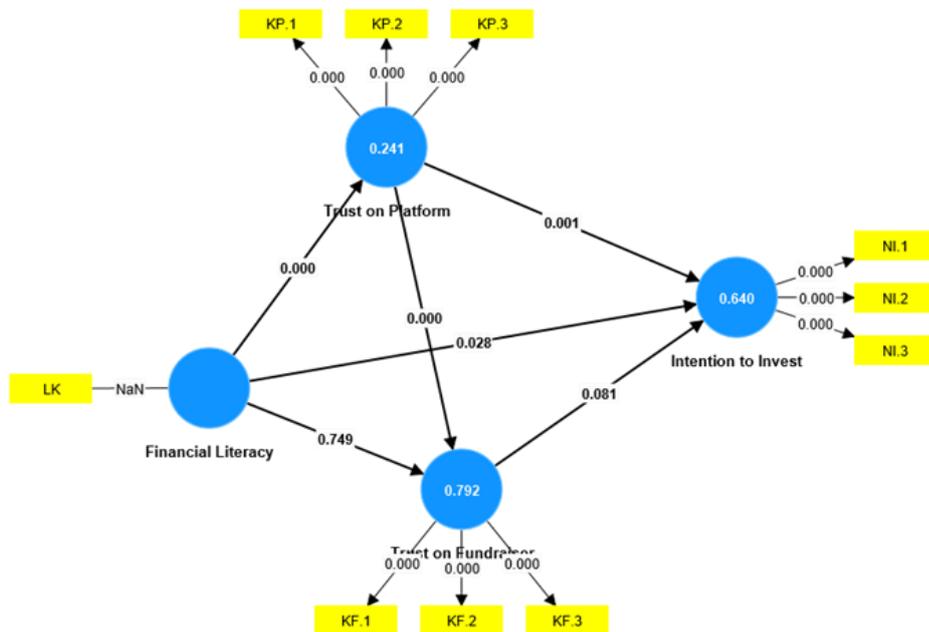
Variabel	Cronbach's Alpha	Ccomposite Reliability
Literasi Keuangan	1.000	1.000
Kepercayaan pada Platform	0.911	0.895
Kepercayaan pada Fundraiser	0.889	0.894
Niat Berinvestasi	0.894	0.895

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa tiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai composite reliability berkisar antara 0.894 sampai

dengan 1.000, sedangkan nilai cronbach's alpha berkisar antara 0.889 hingga 1.000. Nilai composite reliability tiap variabel lebih besar dari 0.7 dan cronbach's alpha lebih besar dari 0.6 yang bermakna bahwa tiap variabel dalam penelitian ini telah memiliki indikator/item pertanyaan yang reliabel/handal.

#### 4.1.4 Hasil Evaluasi Inner Model (Model Struktural)

Evaluasi model struktural (inner model) dalam penelitian ini dilakukan setelah tahap evaluasi model pengukuran (outer model). Tahap ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel sesuai dengan hipotesis penelitian sekaligus mengevaluasi *goodness of fit* model. Proses evaluasi inner model meliputi tiga komponen utama, yaitu: 1) Penilaian koefisien determinasi ( $R^2$ ); 2) Evaluasi koefisien jalur untuk menguji hipotesis penelitian; dan 3) Penilaian ukuran efek (f-squared).



Gambar 4. 1 Model Struktural Hubungan antar Variabel Penelitian

#### 4.1.4.1 Evaluasi Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel eksogen memengaruhi variabel endogen dalam penelitian ini. Jumlah koefisien determinasi dalam analisis PLS bergantung pada jumlah variabel endogen yang ada. Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel endogen, yaitu: 1) persepsi risiko; 2) kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding*; 3) kepercayaan terhadap fundraiser; dan 4) niat untuk berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*. Nilai R<sup>2</sup> untuk masing-masing variabel endogen dapat dilihat pada Tabel 4.10

**Tabel 4. 10 Nilai Adjusted R2 Tiap Variabel Endogen**

Variabel Endogen	R-square	R-square adjusted
Kepercayaan pada Fundraiser	0.792	0.789
Kepercayaan pada Platform	0.241	0.236
Niat Berinvestasi	0.640	0.634

Koefisien determinasi variabel endogen pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.10. Variabel kepercayaan pada fundraiser memiliki nilai R-Square sebesar 0.792 dan Adjusted R-Square sebesar 0.789 yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan pada fundraiser dapat dijelaskan oleh variabel bebas dalam penelitian sebesar 79.2%, sedangkan sisanya sebesar 20.8%, dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Sementara itu, variabel kepercayaan pada platform memiliki nilai R-Square sebesar 0.241 dan Adjusted R-Square sebesar 0.236 yang berarti bahwa variabel kepercayaan pada platform dapat dijelaskan oleh variabel eksogen sebesar 24.1%, sedangkan sisanya sebesar 75.9%, dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Untuk variabel niat berinvestasi, nilai R-Square sebesar 0.640 dan Adjusted R-Square sebesar 0.634, nilai ini menunjukkan

bahwa variabel eksogen dalam model dapat menjelaskan niat berinvestasi sebesar 64%, sedangkan 36% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Dengan demikian, variabel kepercayaan pada fundraiser memiliki tingkat prediksi tertinggi dalam model, diikuti oleh niat berinvestasi dengan prediksi yang cukup baik, sedangkan kepercayaan pada platform memiliki tingkat prediksi yang lebih rendah.

#### 4.1.4.2 Evaluasi Koefisien Jalur (Pengujian Hipotesis)

Evaluasi koefisien jalur dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel sesuai dengan hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat sembilan hipotesis yang diuji menggunakan metode bootstrap pada PLS-SEM dengan bantuan software SmartPLS 4.0. Hasil pengujian hipotesis secara rinci disajikan pada Tabel 4.11.

**Tabel 4. 11 Pengujian Hipotesis dalam Model Struktural**

Hipotesis	Pengaruh	$\beta$	S.D.	p-value
H1	Literasi Keuangan -> Niat Berinvestasi	0.119	0.054	0.028
H2	Kepercayaan terhadap Platform -> Niat Berinvestasi	0.473	0.142	0.001
H3	Kepercayaan terhadap Fundraiser -> Niat Berinvestasi	0.283	0.162	0.081
H4	Kepercayaan terhadap Platform -> Kepercayaan pada Fundraiser	0.884	0.027	0.000
H5	Literasi Keuangan -> Kepercayaan terhadap Platform	0.490	0.060	0.000
H7	Literasi Keuangan -> Kepercayaan terhadap Fundraiser	0.884	0.034	0.749

Tabel 4.11 menunjukkan hasil pengujian hipotesis pada model struktural.  $\beta$  pada tabel menunjukkan koefisien jalur yang merepresentasikan arah dan besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, S.D. adalah nilai standar deviasi, dan p-

value adalah nilai probabilitas hasil pengujian yang dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%. Berikut adalah penjelasan hasil pengujian masing-masing hipotesis berdasarkan tabel.

Literasi keuangan dalam penelitian ini terbukti memengaruhi niat berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*. Hal ini dibuktikan dengan p-value (0.028) yang lebih kecil dari 5%, serta koefisien jalur sebesar 0.119 yang bernilai positif. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki investor, semakin besar pula niat mereka untuk berinvestasi. Dengan demikian, hipotesis pertama didukung oleh hasil analisis.

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis kedua didapatkan bahwa kepercayaan terhadap platform secara signifikan memengaruhi niat berinvestasi, yang ditunjukkan oleh p-value (0.001) lebih kecil dari 5% dan koefisien jalur sebesar 0.473. Pengaruh ini bersifat positif, yang berarti semakin tinggi kepercayaan investor terhadap platform *equity crowdfunding*, semakin besar niat mereka untuk berinvestasi. Oleh karena itu, hipotesis kedua juga didukung secara empiris.

Hasil yang berbeda didapatkan pada pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini. Hasil analisis koefisien jalur menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap fundraiser tidak terbukti memengaruhi niat berinvestasi secara signifikan, dengan p-value (0.081) yang lebih besar dari 5%. Meskipun koefisien jalur sebesar 0.283 menunjukkan arah pengaruh positif, hasil ini tidak signifikan sehingga hipotesis ketiga tidak didukung oleh hasil penelitian.

Berikutnya pengujian koefisien jalur dilakukan pada pengaruh kepercayaan terhadap platform berpengaruh pada kepercayaan terhadap fundraiser. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding* secara signifikan memengaruhi kepercayaan terhadap fundraiser. Nilai p-value (0,000) lebih kecil dari 5% dan koefisien

jalur sebesar 0,884 mengindikasikan pengaruh positif yang sangat kuat. Hal ini berarti bahwa semakin besar kepercayaan investor pada platform, semakin besar pula kepercayaan mereka terhadap fundraiser. Dengan demikian, hipotesis keempat didukung oleh hasil penelitian.

Berikutnya Tabel 4.11 juga membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding*, dengan p-value (0,000) lebih kecil dari 5% dan koefisien jalur sebesar 0,490. Hubungan ini bersifat positif, yang berarti literasi keuangan yang lebih baik akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap platform. Oleh karena itu, hipotesis kelima didukung secara empiris.

Selain itu berdasarkan Tabel 4.11 literasi keuangan tidak signifikan dalam memengaruhi kepercayaan terhadap fundraiser, dengan p-value (0,749) lebih besar dari 5%. Meskipun koefisien jalur sebesar 0,884 menunjukkan arah positif, hasil ini tidak signifikan sehingga hipotesis ketujuh tidak didukung.

Dengan demikian hasil analisis secara keseluruhan mendukung lima hipotesis (H1, H2, H3, H4, H5), sementara hipotesis H7 tidak didukung oleh data penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kepercayaan terhadap platform adalah faktor utama yang memengaruhi niat berinvestasi, sementara peran kepercayaan terhadap fundraiser relatif lebih lemah.

#### **4.1.5 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung**

Pengujian pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji Sobel, yang bertujuan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen terjadi melalui variabel mediasi. Nilai pengaruh tidak langsung dihitung dengan mengalikan koefisien jalur (path coefficient) antara variabel independen dan

variabel mediasi dengan koefisien jalur antara variabel mediasi dan variabel dependen. Perhitungan ini memungkinkan untuk memahami sejauh mana variabel mediasi memainkan peran dalam menjembatani hubungan tersebut.

Pengujian dilakukan dengan menganalisis nilai p-value dari pengaruh tidak langsung yang dihasilkan melalui metode Bootstrapping pada PLS-SEM. Metode ini memberikan hasil yang lebih akurat dengan memanfaatkan proses pengambilan sampel berulang-ulang untuk mengestimasi distribusi statistik. Hasil analisis ini akan menunjukkan apakah pengaruh tidak langsung signifikan, sehingga dapat memperkuat interpretasi hubungan antar variabel dalam model penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat dua pengaruh tidak langsung yang dikaji, yaitu pengaruh literasi keuangan terhadap niat berinvestasi pada platform *equity crowdfunding* melalui kepercayaan terhadap platform dan kepercayaan terhadap fundraiser. Hasil dari pengujian pengaruh tidak langsung akan dijelaskan lebih lanjut.

**Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung**

Hipotesis	Pengaruh Tidak Langsung	$\beta$	S.D.	P-Values
H6	Literasi Keuangan $\rightarrow$ Kepercayaan pada Platform $\rightarrow$ Niat Berinvestasi	0.232	0.075	0.002
H8	Literasi Keuangan $\rightarrow$ Kepercayaan terhadap Fundraiser $\rightarrow$ Niat Berinvestasi	0.003	0.012	0.793

Tabel 4.12 menunjukkan koefisien jalur pengaruh tidak langsung ( $\beta$ ), standar deviasi (S.D.), dan p-value. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh tidak langsung, didapati bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap niat berinvestasi melalui kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding*, seperti yang ditunjukkan oleh p-value (0,002) yang lebih kecil dari 5%. Koefisien pengaruh tidak langsung positif sebesar 0,232 mengindikasikan bahwa literasi keuangan yang baik akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap platform *equity crowdfunding*. Dengan meningkatnya kepercayaan

tersebut, niat untuk berinvestasi pada platform *equity crowdfunding* juga akan semakin besar.

Sebaliknya, hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap niat berinvestasi melalui kepercayaan terhadap fundraiser. Hal ini dibuktikan oleh p-value (0,793) yang lebih besar dari 5%, serta koefisien jalur yang sangat kecil yaitu 0,003. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan dan niat berinvestasi tidak dimediasi oleh kepercayaan terhadap fundraiser. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding* merupakan jalur mediasi yang signifikan, sementara kepercayaan terhadap fundraiser tidak memiliki peran mediasi yang kuat. Dengan demikian, literasi keuangan lebih berpengaruh terhadap niat berinvestasi ketika dimediasi oleh kepercayaan terhadap platform dibandingkan melalui kepercayaan terhadap fundraiser.

#### 4.1.5.1 Predictive Relevance ( $Q^2$ )

*Predictive relevance* menggambarkan sejauh mana variabel endogen/dependen dapat diprediksi oleh variabel eksogen/independen. Hair et al. (2022) menjelaskan bahwa nilai relevansi prediktif yang bernilai 0 atau negatif menunjukkan bahwa variabel independen tidak dapat memprediksi variabel dependen dengan baik. Sebaliknya, jika nilai relevansi prediktif positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang baik dalam memprediksi variabel dependen.

**Tabel 4. 13 Predictive Relevance ( $Q^2$ ) Tiap Variabel Endogen**

Variabel	$Q^2$ predict	RMSE	MAE
Kepercayaan pada Fundraiser	0.218	0.893	0.72
Kepercayaan pada Platform	0.186	0.914	0.735
Niat Berinvestasi	0.231	0.886	0.713

Sumber: Pengolahan Data (2024)

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa semua variabel eksogen dalam penelitian ini memiliki nilai *predictive relevance* positif yang menunjukkan bahwa semua variabel dependen dalam penelitian ini dapat diprediksi dengan baik oleh variabel independennya.

## 4.2. Pembahasan

### 4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Niat Investasi pada Platform *Equity crowdfunding*

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa literasi keuangan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap niat investor milenial untuk berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.119 dan p-value 0.028. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan yang dimiliki oleh investor, semakin tinggi niat mereka untuk berinvestasi di platform tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arifah & Dalimunthe (2021), Brown, Veld, & Veld-Merkoulova (2017), serta Adil & Ansari (2022), yang menegaskan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam mendorong minat investasi, terutama pada instrumen yang relatif baru seperti *equity crowdfunding*.

Investor dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi karena mereka mampu memahami manfaat investasi serta risiko yang melekat pada platform *equity crowdfunding*. Pemahaman ini memberikan keyakinan bagi mereka untuk mengalokasikan asetnya ke instrumen investasi yang dianggap layak. Literasi keuangan yang baik juga dapat membantu investor untuk menilai kelayakan platform, sehingga meningkatkan motivasi mereka untuk berinvestasi. Hasil ini memperkuat pentingnya edukasi literasi keuangan bagi investor milenial untuk meningkatkan partisipasi mereka dalam investasi berbasis teknologi seperti *equity crowdfunding*.

#### **4.2.2 Pengaruh Kepercayaan pada Platform terhadap Niat Berinvestasi pada Platform *Equity crowdfunding***

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding* terbukti secara signifikan memengaruhi niat investor untuk berinvestasi pada platform tersebut, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.473 dan p-value 0.001. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan investor terhadap platform *equity crowdfunding*, semakin besar pula niat mereka untuk berinvestasi.

Hasil penelitian ini mendukung temuan Alharbey & Van Hemmen (2021) dan Kim, Hall & Kim (2020) yang menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap kompetensi, integritas, dan tanggung jawab platform dapat mendorong investor untuk melakukan investasi. Kepercayaan terhadap kemampuan platform dalam mengelola investasi, menjaga transparansi, dan memenuhi kewajiban kepada investor menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan investasi.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa kepercayaan adalah elemen kunci dalam membangun niat investasi, di samping pertimbangan risiko. Dengan adanya rasa percaya yang kuat terhadap platform, investor lebih yakin untuk mengalokasikan asetnya ke dalam investasi berbasis *equity crowdfunding*. Oleh karena itu, platform harus terus menjaga dan meningkatkan kepercayaan investor dengan memperkuat reputasi, transparansi, dan profesionalisme dalam pengelolaan proyek crowdfunding.

#### **4.2.3 Pengaruh Kepercayaan pada Fundraiser terhadap Niat Berinvestasi pada Platform *Equity crowdfunding***

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap fundraiser tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap niat investasi pada platform *equity crowdfunding*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.283 dan p-value 0.081. Hasil ini bertentangan dengan temuan Kim, Hall & Kim (2020) dan Liang, Wu, & Huang (2019) yang menyatakan bahwa

kepercayaan terhadap fundraiser dapat meningkatkan niat berinvestasi secara signifikan. Sebaliknya hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Alharbey & Van Hemmen (2021) yang menyebutkan bahwa kepercayaan terhadap fundraiser saja tidak cukup untuk mendorong investor berinvestasi tanpa dukungan dari platform yang menaungi proses investasi tersebut.

Tidak terbuktinya pengaruh langsung ini disebabkan oleh kurangnya hubungan langsung antara investor dan fundraiser. Investor cenderung mengandalkan platform *equity crowdfunding* sebagai mediator yang menyediakan keamanan, transparansi, dan jaminan atas proses penggalangan dana. Tanpa kepercayaan pada platform yang menaungi fundraiser, niat investor untuk menyerahkan aset mereka melalui proses urun dana sulit terwujud.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa dalam transaksi investasi berbasis online, peran platform sangat penting sebagai penghubung yang membangun kepercayaan investor. Meskipun fundraiser berperan dalam menjalankan proyek, kepercayaan pada platform tetap menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa platform memiliki posisi strategis dalam meningkatkan partisipasi investor.

#### **4.2.4 Pengaruh Kepercayaan Investor Generasi Milenial pada Platform *Equity crowdfunding* terhadap Kepercayaan terhadap Fundraiser pada Platform *Equity crowdfunding***

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding* secara signifikan memengaruhi kepercayaan investor terhadap fundraiser yang ada di dalamnya, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.884 dan p-value 0.000. Temuan ini mendukung penelitian Alharbey & Van Hemmen (2021), Moysidou & Hausberg (2019), Strohmaier, Zeng & Hafeez (2019), serta Liang, Wu, & Huang (2019), yang menjelaskan bahwa kepercayaan pada fundraiser muncul ketika investor memiliki kepercayaan pada platform *equity crowdfunding* tempat fundraiser tersebut beroperasi. Kepercayaan

investor terhadap platform mencakup keyakinan pada kompetensi, integritas, dan kejujuran platform dalam menyeleksi fundraiser yang layak. Investor percaya bahwa platform memiliki kemampuan untuk menjalankan fungsi sebagai lembaga investasi yang mengawasi dan bertanggung jawab terhadap proses investasi, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap fundraiser yang terlibat.

Hasil ini juga mendukung *trust transfer theory*, yang menjelaskan bahwa kepercayaan dapat ditransfer dari satu entitas ke entitas lainnya. Dimana kepercayaan investor terhadap platform *equity crowdfunding* dialihkan menjadi kepercayaan mereka terhadap fundraiser yang ada pada platform tersebut. Dengan demikian, platform berperan penting sebagai penghubung yang membangun kepercayaan terhadap fundraiser melalui mekanisme trust transfer.

#### **4.2.5 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kepercayaan pada Platform *Equity crowdfunding***

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan secara signifikan memengaruhi kepercayaan investor terhadap platform *equity crowdfunding*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.490 dan p-value 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh investor, semakin besar pula kepercayaan mereka terhadap platform tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aren & Nayman Hamamci (2022) dan Ammari et al. (2023) yang menekankan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membangun kepercayaan investor terhadap instrumen investasi tertentu.

Investor dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih percaya diri dalam menilai kelayakan dan risiko dari platform *equity crowdfunding*. Mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana platform bekerja, potensi keuntungan yang dapat diperoleh, serta mekanisme untuk memitigasi risiko. Dalam penelitian ini kepercayaan

investor terhadap platform sangat positif, terutama terkait dengan kompetensi dan tanggung jawab platform dalam mengelola investasi.

Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya meningkatkan pemahaman investor, tetapi juga menumbuhkan keyakinan mereka terhadap kemampuan platform untuk menjalankan peran sebagai mediator investasi yang transparan, kompeten, dan terpercaya. Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi elemen penting dalam meningkatkan kepercayaan terhadap platform *equity crowdfunding*.

#### **4.2.6 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Niat Berinvestasi Melalui Kepercayaan Terhadap Platform sebagai Variabel Mediasi**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan secara signifikan memengaruhi niat berinvestasi melalui kepercayaan pada platform *equity crowdfunding*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.232 dan p-value 0.002. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap niat investor untuk berinvestasi, yang dimediasi oleh kepercayaan terhadap platform.

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Aren & Nayman Hamamci (2022) dan Ammari et al. (2023), yang menyatakan bahwa literasi keuangan memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan terhadap platform investasi. Investor dengan literasi keuangan yang baik lebih cenderung memahami mekanisme kerja platform dan memiliki keyakinan terhadap kemampuan platform dalam mengelola investasi dengan aman dan transparan. Kepercayaan ini, pada gilirannya, meningkatkan niat mereka untuk berinvestasi.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berfungsi sebagai fondasi untuk pengambilan keputusan investasi. Ketika investor memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana platform beroperasi, termasuk potensi keuntungan dan risiko yang terlibat, mereka lebih yakin untuk menggunakan platform tersebut sebagai sarana investasi.

Dengan demikian, kepercayaan terhadap platform berperan sebagai penghubung antara literasi keuangan dan niat untuk berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*.

#### **4.2.7 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kepercayaan pada Fundraiser *Equity crowdfunding***

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada fundraiser, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.884 dan p-value 0.749. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan investor tidak terbukti mempengaruhi kepercayaan mereka terhadap fundraiser dalam konteks platform *equity crowdfunding*.

Temuan ini bertentangan dengan penelitian Ammari et al. (2023) dan Liang, Wu, & Huang (2019), yang menyebutkan bahwa literasi keuangan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap pihak yang mengelola dana investasi. Sebaliknya, hasil ini mendukung pandangan bahwa kepercayaan terhadap fundraiser lebih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti reputasi platform yang menaungi fundraiser, daripada literasi keuangan yang dimiliki investor.

Ketidakberhasilan pengaruh langsung ini dapat dijelaskan oleh hubungan yang tidak langsung antara investor dan fundraiser. Dalam investasi berbasis online, seperti *equity crowdfunding*, investor cenderung mengandalkan platform sebagai pihak yang memberikan jaminan keamanan dan seleksi terhadap fundraiser. Oleh karena itu, literasi keuangan investor lebih cenderung memengaruhi kepercayaan terhadap platform daripada kepercayaan langsung pada fundraiser. Dengan demikian, untuk meningkatkan kepercayaan terhadap fundraiser, peran platform sebagai mediator tetap menjadi faktor yang dominan.

#### **4.2.8 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Niat Berinvestasi Melalui Kepercayaan terhadap Fundraiser sebagai Variabel Mediasi**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi melalui kepercayaan pada fundraiser, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,003 dan p-value 0,793. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan pada fundraiser tidak memediasi hubungan antara literasi keuangan dan niat berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*. Ketidaksignifikanan ini dapat dijelaskan oleh keterbatasan hubungan langsung antara investor dan fundraiser, di mana investor lebih banyak bergantung pada kredibilitas platform dalam menyeleksi dan mengawasi fundraiser.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan investor lebih cenderung meningkatkan kepercayaan mereka terhadap platform daripada secara langsung memengaruhi kepercayaan terhadap fundraiser. Sebagai akibatnya, kepercayaan terhadap fundraiser tidak cukup kuat untuk mendorong niat berinvestasi tanpa adanya kepercayaan yang besar pada platform. Oleh karena itu, platform memiliki peran kunci dalam menghubungkan literasi keuangan investor dengan niat berinvestasi, bukan melalui kepercayaan terhadap fundraiser.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh literasi keuangan, kepercayaan terhadap platform, dan kepercayaan terhadap fundraiser terhadap niat berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Literasi keuangan terbukti secara signifikan memengaruhi niat berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*. Investor dengan literasi keuangan yang lebih baik memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang risiko dan potensi keuntungan, sehingga lebih termotivasi untuk berinvestasi.
2. Kepercayaan pada platform memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi. Semakin tinggi kepercayaan investor terhadap kompetensi, integritas, dan tanggung jawab platform, semakin besar pula niat mereka untuk berinvestasi.
3. Kepercayaan terhadap fundraiser tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara investor dan fundraiser cenderung dimediasi oleh platform sebagai pihak yang memberikan jaminan kepercayaan.
4. Kepercayaan pada platform *equity crowdfunding* terbukti memengaruhi kepercayaan investor terhadap fundraiser. Hal ini menunjukkan adanya transfer kepercayaan dari platform kepada fundraiser, di mana platform berperan sebagai mediator dalam membangun kepercayaan investor.
5. Literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada platform, tetapi tidak signifikan terhadap kepercayaan pada fundraiser. Hal ini mengindikasikan bahwa investor cenderung menilai platform sebagai mediator utama dalam proses investasi, sedangkan hubungan langsung dengan fundraiser kurang memengaruhi kepercayaan mereka.
6. Literasi keuangan memengaruhi niat berinvestasi secara signifikan melalui kepercayaan pada platform, tetapi tidak melalui kepercayaan pada fundraiser.

fundraiser. Kepercayaan pada platform memainkan peran mediasi yang penting dalam meningkatkan niat berinvestasi.

## 5.2. Saran

1. Bagi platform *equity crowdfunding* perlu meningkatkan transparansi dalam pengelolaan investasi dan operasional untuk memperkuat kepercayaan investor. Edukasi literasi keuangan kepada calon investor juga perlu diperluas melalui program pelatihan, konten edukasi digital, atau simulasi investasi, agar investor lebih memahami risiko dan peluang investasi. Selain itu, platform harus memperketat proses seleksi fundraiser, memastikan bahwa hanya fundraiser yang memiliki reputasi baik dan kompetensi yang memadai dapat bergabung. Pengembangan fitur tambahan yang membantu investor memahami profil risiko proyek dan fundraiser juga penting untuk membangun kepercayaan yang berkelanjutan.
2. Bagi pemerintah perlu ada langkah konkret untuk memperkuat regulasi terkait platform *equity crowdfunding* guna melindungi investor dari risiko penipuan atau penyalahgunaan dana. Pemerintah juga diharapkan mengadakan program nasional untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat, terutama yang berfokus pada investasi berbasis teknologi seperti *equity crowdfunding*. Selain itu, insentif bagi platform yang patuh terhadap regulasi dan memberikan kontribusi positif kepada pertumbuhan UMKM perlu dipertimbangkan. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan institusi keuangan juga dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan konsep *equity crowdfunding* secara lebih luas kepada masyarakat.
3. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti pengalaman investasi, pengaruh media sosial, atau faktor budaya untuk mendapatkan wawasan yang lebih komprehensif. Penelitian juga dapat dilakukan dengan sampel yang lebih luas dan representatif dari segi geografis maupun demografis untuk meningkatkan generalisasi temuan. Selain itu, studi perbandingan antar negara dapat membantu memahami

bagaimana regulasi dan budaya lokal memengaruhi perilaku investasi. Pendekatan longitudinal juga dapat dilakukan untuk mengamati perubahan niat dan perilaku investasi dari waktu ke waktu, terutama setelah dilakukan edukasi literasi keuangan atau perbaikan sistem pada platform.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adil, M., Singh, Y. and Ansari, M.S. (2022), "How financial literacy moderate the association between behaviour biases and investment decision?", *Asian Journal of Accounting Research*, Vol. 7 No. 1, pp. 17-30. <https://doi.org/10.1108/AJAR-09-2020-0086>
- Ajzen, I. (1991) The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Ajzen, I. (2002) Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32: 1-20.
- Alharbey, M., & Van Hemmen, S. (2021). Investor intention in *equity crowdfunding*. does trust matter? *Journal of Risk and Financial Management*, 14(2), 53. <https://doi.org/10.3390/jrfm14020053>
- Ammari, A., Allodi, E., Salerno, D., Stella, G. P. (2023). An Asymmetrical Approach To Understanding Consumer Characteristics In Banking Trust During the Covid-19 Pandemic In Italy. *Research in International Business and Finance*, (64), 101903. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.101903>
- Annamalah, S., Raman, M., Marthandan, G., Logeswaran, A. (2019). An Empirical Study On the Determinants Of An Investor's Decision In Unit Trust Investment. *Economies*, 3(7), 80. <https://doi.org/10.3390/economies7030080>
- Anshika, A., Singla, A. (2022). Financial Literacy Of Entrepreneurs: a Systematic Review. *MF*, 9/10(48), 1352-1371. <https://doi.org/10.1108/mf-06-2021-0260>
- Aren, S. and Nayman Hamamci, H. (2022), "Evaluation of investment preference with phantasy, emotional intelligence, confidence, trust, financial literacy and risk preference", *Kybernetes*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/K-01-2022-0014>
- Aren, S., & Dinç Aydemir, S. (2015). The moderation of financial literacy on the relationship between individual factors and risky investment intention. *International Business Research*, 8(6). <https://doi.org/10.5539/ibr.v8n6p17>
- Arifah, J. N., & Dalimunthe, Z. (2021). The impact of financial literacy on the investment decision of non-donation-based crowdfunding in Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 21(3), 1045–1057. <https://doi.org/10.1108/IJBS-03-2021-0014>
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (2018). *Partial least squares structural equation modeling: Recent advances in banking and Finance*. Springer.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Sensus Penduduk 2020. Diakses pada 18 September 2024, dari <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2>
- Bansal, G., Zahedi, F. M., & Gefen, D. (2016). Do context and personality matter? trust and privacy concerns in disclosing private information online. *Information & Management*, 53(1), 1–21. <https://doi.org/10.1016/j.im.2015.08.001>

- Bareksa. (2023, Juli 18). KSEI: Dana kelolaan fintech Juni 2023 capai Rp28,64 triliun, jumlah investor naik berapa? Diakses pada 18 September 2024, dari <https://www.bareksa.com/berita/reksa-dana/2023-07-18/ksei-dana-kelolaan-fintech-juni-2023-capai-rp2864-triliun-jumlah-investor-naik-berapa>
- Bhatti, W. A., Vahlne, J., Glowik, M., & Larimo, J. A. (2022). The impact of industry 4.0 on the 2017 version of the Uppsala model. *International Business Review*, 31(4), 101996. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2022.101996>
- Bonang, D., & Baihaqi, M. (2022). The Effect Of Trust, Brand Awareness, And Social Piety In Donation Decisions Through Digital Platforms. *Ulul Albab Jurnal Studi Islam*, 23(2), 306–326. <https://doi.org/10.18860/ua.v23i2.17596>
- Brace, I., & Bolton, K. (2022). Questionnaire design: How to plan, structure and write survey material for effective market research. Kogan Page.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Dasar-dasar manajemen keuangan* terjemahan.
- Brown, S. J., Veld, C., & Veld-Merkoulova, Y. V. (2017). Why do individuals not participate in the stock market? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2822094>
- Bunyamin, M., Wahab, N. (2022). Impact Of Financial Literacy On Finance and Economy: A Literature Review. *LBIBF*, 2(20), 49-65. <https://doi.org/10.51200/lbibf.v20i2.3677>
- Burhan Bungin (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Prenada Media, 109.
- Carey, C., Webb, J. (2017). Ponzi Schemes and The Roles Of Trust Creation And Maintenance. *JFC*, 4(24), 589-600. <https://doi.org/10.1108/jfc-06-2016-0042>
- Chen, D., Lai, F. & Lin, Z. (2014). A trust model for online peer-to-peer lending: a lender's perspective. *Inf Technol Manag* 15, 239–254. <https://doi.org/10.1007/s10799-014-0187-z>
- Chen, S. L., Lee, Y. H., Chang, T., & Chen, Y. C. (2019). Research on the factors that affect customers' purchase intention on Crowdfunding platform. *International Conference on Systems and Informatics (ICSAI)*. <https://doi.org/10.1109/icsai48974.2019.9010156>
- Chen, Y., Dai, R., Yao, J., Li, Y. (2019). Donate Time or Money? The Determinants Of Donation Intention In Online Crowdfunding. *Sustainability*, 16(11), 4269. <https://doi.org/10.3390/su11164269>
- Cochran, W. G., (1977) *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Cox, J., Nguyen, T. (2017). Does the Crowd Mean Business? An Analysis Of Rewards-based Crowdfunding As A Source Of Finance For Start-ups And Departemen Agama, 2004, al-Qur'an dan Terjemahnya, Jilid 8, Jakarta: Departemen Agama RI
- Deutsch, M. (1958). Trust and suspicion. *Journal of Conflict Resolution*, 2(4), 265–279. <https://doi.org/10.1177/002200275800200401>

- Eldridge, D., Nisar, T., & Torchia, M. (2019). What impact does *equity crowdfunding* have on sme innovation and growth? an empirical study. *Small Business Economics*, 56(1), 105-120. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00210-4>
- Fisch, J. E., & Seligman, J. S. (2021). Trust, financial literacy, and financial market participation. *Journal of Pension Economics and Finance*, 21(4), 634–664. <https://doi.org/10.1017/s1474747221000226>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3e)*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. and Ringle, C.M. (2019), "When to use and how to report the results of PLS-SEM", *European Business Review*, Vol. 31 No. 1, pp. 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Halbesleben, J., Hauff, J., Carlander, A., Gärling, T., Nicolini, G. (2020). Retirement Financial Behaviour: How Important Is Being Financially Literate?. *J Consum Policy*, 3(43), 543-564. <https://doi.org/10.1007/s10603-019-09444-x>
- Hidayatullah, H., Hariyanto, D., & Safitri, H. (2022). Analysis of financial literacy and financial behavior on stock investment decisions: a case study of students of the faculty of economics and business, university of muhammadiyah pontianak. *JEFAS*, 4(4), 74-81. <https://doi.org/10.32996/jefas.2022.4.4.9>
- Hornuf, L., Schwienbacher, A. (2017). Should Securities Regulation Promote *Equity crowdfunding*?. *Small Bus Econ*, 3(49), 579-593. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9839-9>
- Houser, D., Schunk, D., Winter, J. (2010). Distinguishing Trust From Risk: An Anatomy Of the Investment Game. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1-2(74), 72-81. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.01.002>
- Ibrahim, A. N. H., Borhan, M. N., Rahmat, R. A. A. O. (2020). Understanding Users' Intention To Use Park-and-ride Facilities In Malaysia: the Role Of Trust As A Novel Construct In The Theory Of Planned Behaviour. *Sustainability*, 6(12), 2484. <https://doi.org/10.3390/su12062484>
- Ivziku, D. (2023). Cultural Adaptation and Psychometric Properties Of The Trust Me Scale—italian Version: A Validation Study. *Healthcare*, 8(11), 1086. <https://doi.org/10.3390/healthcare11081086>
- Jalambadani, Z., & Hosseini, Z. S. (2022). Predictors of pearl vitamin D3 consumption in pregnant women: application of the theory of planned behaviour. *Journal of Obstetrics and Gynaecology*, 42(5), 1512–1517. <https://doi.org/10.1080/01443615.2021.2010184>
- Kadoya, Y., Khan, M. (2020). Financial Literacy In Japan: New Evidence Using Financial Knowledge, Behavior, and Attitude. *Sustainability*, 9(12), 3683. <https://doi.org/10.3390/su12093683>
- Kim, M. J., Hall, C. M., & Kim, D.-K. (2020). Why do investors participate in Tourism Incentive Crowdfunding? the effects of attribution and trust on willingness to fund. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(2), 141–154. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1722784>

- Klapper, L., & Lusardi, A. (2019). Financial Literacy and financial resilience: Evidence from around the world. *Financial Management*, 49(3), 589–614. <https://doi.org/10.1111/fima.12283>
- Knewton, H. and Rosenbaum, Z. (2020). Toward understanding fintech and its industry. *Managerial Finance*, 46(8), 1043-1060. <https://doi.org/10.1108/mf-01-2020-0024>
- Kou, G., Akdeniz, Ö., Dinçer, H., Yüksel, S. (2021). Fintech Investments In European Banks: a Hybrid It2 Fuzzy Multidimensional Decision-making Approach. *Financ Innov*, 1(7). <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00256-y>
- Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2023, Oktober 31). Antusiasme investor muda berinvestasi terus meningkat. Diakses pada 18 September 2024, dari [https://www.ksei.co.id/files/uploads/press\\_releases/press\\_file/id-id/232\\_berita\\_pers\\_antusiasme\\_investor\\_muda\\_berinvestasi\\_terus\\_meningkat\\_20231031134735.pdf](https://www.ksei.co.id/files/uploads/press_releases/press_file/id-id/232_berita_pers_antusiasme_investor_muda_berinvestasi_terus_meningkat_20231031134735.pdf)
- Kusumanisita, A., Rusli, L., Anugrah, R. (2022). Analysis Of Investment Decisions At Bmt Latansa Gontor Ponorogo. *LiFalah*, 2(6), 66. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v6i2.3427>
- Lal, S., Nguyen, C., Sulemana, A., Khan, M., Kadoya, Y. (2022). Does Financial Literacy Influence Preventive Health Check-up Behavior In Japan? a Cross-sectional Study. *BMC Public Health*, 1(22). <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14079-8>
- Le, T., Abakah, E., Tiwari, A. (2021). Time and Frequency Domain Connectedness And Spill-over Among Fintech, Green Bonds And Cryptocurrencies In The Age Of The Fourth Industrial Revolution. *Technological Forecasting and Social Change*, (162), 120382. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120382>
- Levi M (eds) *The limits of rationality*. University of Chicago Press, Chicago, pp 383–401
- Liang, T.-P., Wu, S. P.-J., & Huang, C. (2019). Why funders invest in crowdfunding projects: Role of trust from the dual-process perspective. *Information & Management*, 56(1), 70–84. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.07.002>
- Liu, D., Brass, D. J., Lu, Y., & Chen, D. (2015). Friendship in online peer-to-peer lending &nbsp; pipes, prisms, and relational herding. *MIS Quarterly*, 39(3), 729–742. <https://doi.org/10.25300/misq/2015/39.3.11>
- Lukkarinen, A., Wallenius, J., & Seppälä, T. (2017). Investor motivations and decision criteria in *equity crowdfunding*. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3263434>
- Łukowski, M. and Zygmanski, P. (2019). The role of crowdfunding in reducing the equity gap in poland. *Ruch Prawniczy Ekonomiczny I Socjologiczny*, 81(3), 185-201. <https://doi.org/10.14746/rpeis.2019.81.3.12>
- Malhotra, N. K. (2010b). *Marketing research: An Applied Orientation*.
- Martínez-González, J., Parra-López, E., Barrientos-Báez, A. (2021). Young Consumers' Intention To Participate In the Sharing Economy: An Integrated Model. *Sustainability*, 1(13), 430. <https://doi.org/10.3390/su13010430>

- Maula, M. and Lukkarinen, A. (2022). Attention across borders: investor attention as a driver of cross-border *equity crowdfunding* investments. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 16(4), 699-734. <https://doi.org/10.1002/sej.1424>
- Maziriri, E. T., Mapuranga, M., & Madinga, N. W. (2019). Navigating selected perceived risk elements on investor trust and intention to invest in online trading platforms. *Journal of Economic and Financial Sciences*, 12(1). <https://doi.org/10.4102/jef.v12i1.434>
- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2001). What trust means in e-commerce customer relationships: An interdisciplinary conceptual typology. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2), 35–59. <https://doi.org/10.1080/10864415.2001.11044235>
- Merkle, T., Merz, S., Reautschnig, P., Blaha, A., Li, Q., Vogel, P., Wettengel, J., Li, J. B., & Stafforst, T. (2019). Precise RNA editing by recruiting endogenous ADARs with antisense oligonucleotides. *Nature Biotechnology*, 37(2), 133–138. <https://doi.org/10.1038/s41587-019-0013-6>
- Mishra, P., Pandey, C. M., Singh, U., Gupta, A., Sahu, C., & Keshri, A. (2019). Descriptive statistics and normality tests for statistical data. *Annals of Cardiac Anaesthesia*, 22(1), 67. [https://doi.org/10.4103/aca.aca\\_157\\_18](https://doi.org/10.4103/aca.aca_157_18)
- Moysidou, K., & Hausberg, J. P. (2019). In *Crowdfunding We Trust: A trust-building model in lending crowdfunding*. *Journal of Small Business Management*, 58(3), 511–543. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1661682>
- Ningtyas, M. N. (2019). Literasi Keuangan pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 13(1), 20–27. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.111>
- Ningtyas, M. N. (2024). Financial Literacy, Financial Attitudes, And The Environment On Investment Decisions Through Investment Intention. 7(2).
- North DC (1990) Institutions and their consequences for economic performance. In: Schweers Cook K,
- Okamoto, S., Komamura, K. (2021). Age, Gender, and Financial Literacy In Japan. *PLoS ONE*, 11(16), e0259393. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0259393>
- Otoritas Jasa Keuangan. (n.d.). FAQ Fintech Lending. Diakses pada 18 September 2024, dari <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/direktori/fintech/Documents/FAQ%20Fintech%20Lending.pdf>
- Pavlou, P. A., & Gefen, D. (2004). Building effective online marketplaces with institution-based trust. *Information Systems Research*, 15(1), 37–59. <https://doi.org/10.1287/isre.1040.0015>
- Pebriyanti, E. (2024). Determinants of investment decisions: the mediating role of financial technology. *Manajemen Dan Bisnis*, 23(1), 151. <https://doi.org/10.24123/mabis.v23i1.760>
- Pfister, J., Peda, P., Otley, D. (2022). A Methodological Framework For Theoretical Explanation In Performance Management and Management Control Systems Research. *GRAM*, 2(20), 201-228. <https://doi.org/10.1108/gram-10-2021-0193>

- Ralcheva, A. and Roosenboom, P. (2019). Forecasting success in *equity crowdfunding*. *Small Business Economics*, 55(1), 39-56. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00144-x>
- Raut, R., Das, N., Kumar, R. (2018). Extending the Theory Of Planned Behaviour: Impact Of Past Behavioural Biases On The Investment Decision Of Indian Investors. *AJBA*, 1(11), 265-291. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol11no1.9>
- Rooij, M., Lusardi, A., Alessie, R. (2012). Financial Literacy, Retirement Planning and Household Wealth. *The Economic Journal*, 560(122), 449-478. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2012.02501.x>
- Rossi, A., Vanacker, T., & Vismara, S. (2022). Unsuccessful *equity crowdfunding* offerings and the persistence in equity fundraising of family business start-ups. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(4), 1327-1355. <https://doi.org/10.1177/10422587221121290>
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393–404. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.926617>
- Shanmugam, A., Savarimuthu, M. T., & Wen, T. C. (2014). Factors affecting Malaysian behavioral intention to use mobile banking with mediating effects of attitude. *Academic Research International*, 5(2), 236.
- Sheeran, P., & Webb, T. L. (2016). The Intention–Behavior gap. *Social and Personality Psychology Compass*, 10(9), 503–518. <https://doi.org/10.1111/spc3.12265>
- Shneor, R. and Maria, N. (2020). Editorial. *Baltic Journal of Management*, 15(2), 141-147. <https://doi.org/10.1108/bjm-04-2020-420>
- Sinambela, W. P. (2020). Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Generasi Milenial di Kota Medan. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6(2), 31–48.
- Sivaramakrishnan, S., Srivastava, M., Rastogi, A. (2017). Attitudinal Factors, Financial Literacy, and Stock Market Participation. *IJBM*, 5(35), 818-841. <https://doi.org/10.1108/ijbm-01-2016-0012>
- Stevenson, R., McMahon, S., Letwin, C., & Ciuchta, M. (2021). Entrepreneur fund-seeking: toward a theory of funding fit in the era of *equity crowdfunding*. *Small Business Economics*, 58(4), 2061-2086. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00499-0>
- Stewart, K. J. (2003). Trust transfer on the world wide web. *Organization Science*, 14(1), 5–17. <https://doi.org/10.1287/orsc.14.1.5.12810>
- Strohmaier, D., Zeng, J., & Hafeez, M. (2019). Trust, distrust, and crowdfunding: A study on perceptions of institutional mechanisms. *Telematics and Informatics*, 43, 101252. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101252>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- TafsirWeb. (n.d.). Surat Al-Baqarah ayat 267. Diakses pada 18 September 2024, dari <https://tafsirweb.com/1033-surat-al-baqarah-ayat-267.html>
- TafsirWeb. (n.d.). Surat Al-Baqarah ayat 282. Diakses pada 18 September 2024, dari <https://tafsirweb.com/1048-surat-al-baqarah-ayat-282.html>

- TafsirWeb. (n.d.). Surat An-Nisa ayat 58. Diakses pada 18 September 2024, dari <https://tafsirweb.com/1590-surat-an-nisa-ayat-58.html>
- Theodorus, F. (2023). The influence of financial technology, minimum capital, and financial literacy on student investment interest. *E3s Web of Conferences*, 426, 01109. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342601109>
- Riwayati, H., Cahaya, Y., & Markonah, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi. *GATR Accounting and Finance Review*. [https://doi.org/10.35609/afr.2023.8.1\(1\)](https://doi.org/10.35609/afr.2023.8.1(1))
- Umar, H. (2008). Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis.
- Van Der Crujisen, C., De Haan, J., & Roerink, R. (2021). Financial knowledge and trust in financial institutions. *Journal of Consumer Affairs*, 55(2), 680–714. <https://doi.org/10.1111/joca.12363>
- Vuk, K., Pifar, A., & Aleksić, D. (2017). Should I, Would I, Could I: Trust And Risk Influences On Intention To Invest. *Dynamic Relationships Management Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.17708/drmj.2017.v06n01a06>
- Vulkan, N., Astebro, T., Sierra, M. (2016). *Equity crowdfunding: a New Phenomena*. *Journal of Business Venturing Insights*, (5), 37-49. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2016.02.001>
- Walthoff-Borm, X., Schwienbacher, A., & Vanacker, T. (2018). *Equity crowdfunding: first resort or last resort?*. *Journal of Business Venturing*, 33(4), 513-533. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.04.001>
- Wan, Y., Zhang, Y., Yan, M. (2020). What Influences Patients' Willingness To Choose In Online Health Consultation? An Empirical Study With Pls–sem. *IMDS*, 12(120), 2423-2446. <https://doi.org/10.1108/imds-11-2019-0633>
- Wheeler, A. (2012). To Invest or Not? The Role Of Coworker Support And Trust In Daily Reciprocal Gain Spirals Of Helping Behavior. *Journal of Management*, 6(41), 1628-1650. <https://doi.org/10.1177/0149206312455246>
- Yacoub, G., Mitra, P., Ratinho, T., & Fatalot, F. (2022). Sustainable entrepreneurs: what drives them to engage in different crowdfunding types?. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 28(4), 980-1000. <https://doi.org/10.1108/ijebr-05-2021-0321>
- Yang, J., Hongming, X., Yu, G., Liu, M., Yang, Y. (2020). Operational and Relational Governances Of Buyer–supplier Exchanges. *APJML*, 8(32), 1783-1798. <https://doi.org/10.1108/apjml-03-2019-0181>
- Yang, X., Zhao, K., Tao, X., & Shiu, E. (2019). Developing and validating a theory-based model of crowdfunding investment intention—perspectives from social exchange theory and Customer Value Perspective. *Sustainability*, 11(9), 2525. <https://doi.org/10.3390/su11092525>
- Yulandreano, E., Rita, M. R. (2023). Investment Decisions On the Crowdfunding Platform Based On The Theory Of Planned Behavior. *MABIS*, 1(14), 36-52. <https://doi.org/10.18196/mb.v14i1.16494>
- Zhang, C., Li, Y. (2019). How Social Media Usage Influences B2b Customer Loyalty: Roles Of Trust and Purchase Risk. *JBIM*, 7(34), 1420-1433. <https://doi.org/10.1108/jbim-07-2018-0211>

## **Lampiran 1. Lembar Kuesioner**

Petunjuk Pengisian : isilah dengan member tanda (X) pada pilihan yang sesuai dengan karakteristik anda

### **Bagian 1. Karakteristik Responden**

- i) Apa jenis kelamin anda?
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
- ii) Apa pendidikan terakhir anda?
  - a. Sekolah Dasar (SD)
  - b. Sekolah Menengah Pertama (SMP)
  - c. Sekolah Menengah Atas (SMA)
  - d. Diploma
  - e. Sarjana
  - f. Pascasarjana
- iii) Berapa pendapatan anda?
  - a. < Rp. 2.500.000
  - b. Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000
  - c. Rp. 5.000.001 – Rp. 10.000.000
  - d. > Rp. 10.000.000
- iv) Apa pekerjaan anda?
- v) Apakah anda pernah berinvestasi?
  - a. Ya
  - b. Tidak
- vi) Jika ya, apa instrumen investasi apa saja yang anda miliki sekarang?

## **Bagian 2. Literasi Keuangan**

- 1) Anda memiliki Rp 100.000.000 di tabungan, dan bank memberikan bunga 10% per tahun. Berapa jumlah uang di rekening Anda setelah 5 tahun jika tidak ada penarikan?
  - a. Lebih dari Rp. 150.000.000
  - b. Rp. 150.000.000
  - c. Kurang dari Rp. 150.000.000
  - d. Tidak tahu
  
- 2) Misalkan bunga tabungan Anda 1% per tahun dan tingkat inflasi 2% per tahun. Setelah 1 tahun, seberapa banyak daya beli uang di rekening Anda?
  - a. Lebih banyak dari sekarang
  - b. Sama dengan sekarang
  - c. Kurang dari sekarang
  - d. Tidak tahu
  
- 3) Misalkan Anda memiliki sejumlah uang. Apakah lebih aman menempatkan uang pada satu jenis investasi atau mendistribusikannya ke beberapa jenis investasi?
  - a. Satu jenis bisnis atau investasi saja
  - b. Beberapa jenis bisnis atau investasi
  - c. Tidak tahu
  
- 4) Anda perlu meminjam Rp 10.000.000. Pilihan mana yang lebih rendah untuk dibayar kembali?
  - a. Rp.10.500.000
  - b. Rp.10.000.000 ditambah bunga 3%
  - c. Tidak tahu

## **Bagian 3. Kepercayaan Terhadap Platform Equity Crowdfunding**

- 5) Saya yakin bahwa platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX kompeten dan layak mengelola proyek crowdfunding.
- Sangat tidak setuju
  - Tidak setuju
  - Setuju
  - Sangat setuju
  - Netral
- 6) Saya percaya bahwa platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX memiliki integritas tinggi.
- Sangat tidak setuju
  - Tidak setuju
  - Setuju
  - Sangat setuju
  - Netral
- 7) Saya percaya platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX peduli terhadap semua penggunanya.
- Sangat tidak setuju
  - Tidak setuju
  - Setuju
  - Sangat setuju
  - Netral

#### **Bagian 4. Kepercayaan Terhadap Fundraiser**

- 8) Saya yakin bahwa pengumpul dana pada platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX memiliki kompetensi untuk mencapai target dan menepati janji kepada investor.

- a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Setuju
  - d. Sangat setuju
  - e. Netral
- 9) Saya yakin bahwa pengumpul dana pada platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana dan LandX akan memenuhi kewajibannya kewajibannya.
- a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Setuju
  - d. Sangat setuju
  - e. Netral
- 10) Saya percaya bahwa sebagian besar pengumpul dana pada platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana dan LandX jujur
- a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Setuju
  - d. Sangat setuju
  - e. Netral

**Bagian 5. Niat Berinvestasi**

- 11) Saya bersedia berinvestasi di platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX.
- a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Setuju

- d. Sangat setuju
  - e. Netral
- 12) Saya berharap dapat berinvestasi pada platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana dan LandX dalam waktu dekat
- a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Setuju
  - d. Sangat setuju
  - e. Netral
- 13) Saya merasa penting untuk berkontribusi secara finansial dalam investasi melalui platform crowdfunding seperti Santara, Bizhare, CrowdDana, dan LandX.
- a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Setuju
  - d. Sangat setuju
  - e. Netral

## Lampiran 2. Hasil Analisis SmartPLS

### A. Outer Loading

	Outer loadings
KF.1 <- Trust on Fundraiser	0,923
KF.2 <- Trust on Fundraiser	0,873
KF.3 <- Trust on Fundraiser	0,916
KP.1 <- Trust on Platform	0,923
KP.2 <- Trust on Platform	0,918
KP.3 <- Trust on Platform	0,923
LK <- Financial Literacy	1,000
NI.1 <- Intention to Invest	0,907
NI.2 <- Intention to Invest	0,909
NI.3 <- Intention to Invest	0,909

### B. Construct Reliability dan AVE

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Intention to Invest	0,894	0,895	0,934	0,825
Trust on Fundraiser	0,889	0,894	0,931	0,818
Trust on Platform	0,911	0,912	0,944	0,849

### C. Discriminant Validity

	Financial Literacy	Intention to Invest	Trust on Fundraiser	Trust on Platform
Financial Literacy				
Intention to Invest	0,504			
Trust on Fundraiser	0,470	0,846		
Trust on Platform	0,514	0,866	0,986	

D. R-Square

	R-square	R-square adjusted
Intention to Invest	0,640	0,634
Trust on Fundraiser	0,792	0,789
Trust on Platform	0,241	0,236

E. Pengujian Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
Financial Literacy -> Intention to Invest	0,119	0,118	0,054	2,199	0,028
Financial Literacy -> Trust on Fundraiser	0,011	0,013	0,034	0,321	0,749
Financial Literacy -> Trust on Platform	0,490	0,490	0,060	8,114	0,000
Trust on Fundraiser -> Intention to Invest	0,283	0,284	0,162	1,745	0,081
Trust on Platform -> Intention to Invest	0,473	0,474	0,142	3,325	0,001
Trust on Platform -> Trust on Fundraiser	0,884	0,884	0,027	32,548	0,000

F. Pengujian Pengaruh tidak Langsung

	Original sample (O)	Standard deviation (STDEV)	P values
Financial Literacy -> Trust on Platform -> Intention to Invest	0,232	0,075	0,002
Financial Literacy -> Trust on Fundraiser -> Intention to Invest	0,003	0,012	0,793

G. Predictive Relevance

	Q <sup>2</sup> predict	RMSE	MAE
Intention to Invest	0,218	0,893	0,720
Trust on Fundraiser	0,186	0,914	0,735
Trust on Platform	0,231	0,886	0,713