



Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi di *Equity Crowdfunding*

Aisyah Farrahaly¹, Alya Natalie Putri², Azella Dwi Folia³

^{1,2,3} Politeknik Negeri Bandung

Abstract

Received: 07 Agustus 2024

Revised: 13 Agustus 2024

Accepted: 28 Agustus 2024

Penelitian ini mengkaji pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap minat masyarakat berinvestasi di platform *equity crowdfunding* di era digital industri 4.0 yang juga memiliki dampak signifikan pada ekonomi dan industri. Dengan fokus pada *fintech* dan pertumbuhan signifikan di Indonesia, melalui survei yang melibatkan 107 responden dan menggunakan metode kuantitatif untuk menggali tingkat pengetahuan masyarakat tentang *equity crowdfunding*, kepercayaan terhadap platform, dan dampaknya terhadap minat berinvestasi. Ditemukan bahwa pengetahuan dasar tentang berinvestasi dan kepercayaan pada sistem investasi dapat meningkatkan minat untuk berinvestasi pada platform *equity crowdfunding*. Dalam konteks ini, pengetahuan menjadi elemen kunci untuk mengatasi hambatan partisipasi, sedangkan kepercayaan memainkan peran penting dalam memotivasi masyarakat untuk berinvestasi. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor ini, memberikan kontribusi pada pemahaman praktis, dan mendukung perkembangan lebih lanjut dalam industri *equity crowdfunding* di Indonesia..

Keywords: *Equity Crowdfunding, Pengetahuan, Kepercayaan, Minat*

(*) Corresponding Author: aisyah.farrahaly.abs22@polban.ac.id, alya.natalie.abs22@polban.ac.id, azella.dwi.abs22@polban.ac.id

How to Cite: Farrahaly, A., Putri, A., & Folia, A. (2024). Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi di *Equity Crowdfunding*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(15), 273-286. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13771242>

PENDAHULUAN

Era digital yang terhubung dengan internet telah menjadi titik awal dari era industri 4.0, yang juga memiliki dampak signifikan pada ekonomi dan industri. Kemampuan untuk mengakses informasi dengan cepat dan berbagi data telah menjadi kunci dalam memfasilitasi transaksi dan meningkatkan transparansi di sektor keuangan (Nugroho & Rachmaniyah, 2019). Financial Technology (*fintech*) telah diciptakan dengan tujuan untuk mempermudah akses masyarakat terhadap berbagai produk yang ditawarkan oleh *fintech*. Di Indonesia, perkembangan *fintech* telah mengalami peningkatan setiap tahunnya. Atas dasar data pada 2017 dari Dewan Komisioner OJK (Hadad, 2017), mayoritas pelaku *fintech* di Indonesia masih berfokus pada sektor pembayaran (43%), diikuti oleh pinjaman (17%), dan segmen lainnya seperti *aggregator*, *crowdfunding*, dan lain-lain. Kemajuan teknologi informasi yang dimana Munculnya teknologi berbasis platform dalam bentuk *crowdfunding* telah meningkatkan efisiensi pasar keuangan dan mempermudah pemenuhan permintaan dan pasokan modal.

“*Crowdfunding* merupakan model penggalangan dana yang dilakukan secara ramai-ramai berbasis platform digital dengan berbagai tujuan, termasuk untuk kepentingan kemanusiaan, pendidikan, politik, fasilitas publik, atau usaha inovasi

dan kreatif” (Rama, 2022). *Crowdfunding* adalah model keuangan mutakhir dalam kaitannya dengan inovasi keuangan yang bekerja dengan dan mempercepat persiapan kekayaan individu untuk memberikan nilai tambah. *Crowdfunding* adalah jawaban dan sumber pendanaan pilihan bagi organisasi yang imajinatif dan kreatif. Yayasan intermediasi moneter menghadapi kelebihan minat terhadap pembiayaan, khususnya dari bidang UMKM.

Terdapat peningkatan yang mencolok dalam volume transaksi *crowdfunding* secara global pada tahun 2013, volume transaksi ini mencapai USD 11,06 miliar, namun pada tahun 2017, angkanya meningkat drastis menjadi USD 418,52 miliar (Ziegler, 2020). Mayoritas dari peningkatan ini dapat diatribusikan kepada jenis *crowdfunding* berbasis spekulasi, misalnya pinjaman P2P dan nilai. Sebaliknya, volume pertukaran *crowdfunding* berbasis non-venture, misalnya, hadiah dan hadiah hanya tercatat sekitar 0,2% dari total volume *crowdfunding* di seluruh dunia.

Penyediaan saham sebagai sarana untuk membantu pendukung elektif bagi organisasi dan sebagai sumber spekulasi bagi masyarakat memasuki masa yang akan datang. Di bidang administrasi moneter, salah satu lompatan mekanis pengambilan keputusan masyarakat adalah melalui kontribusi saham berbasis inovasi data atau yang disebut dengan administrasi *crowdfunding*. Layanan *crowdfunding* adalah salah satu produk dalam industri *fintech* yang menghubungkan penyokong saham dengan pemberi pinjaman atau penyokong keuangan melalui tahapan elektronik dan inovasi data. Layanan urun dana pada dunia *fintech* salah satunya yaitu *equity crowdfunding* yang dimana memiliki sistem memasukkan sumber daya ke dalam bisnis dan mendapatkan bayaran yang umumnya berupa penawaran. Dalam model ini, masyarakat cadangan akan menjadi pemilik atau investor dan memiliki potensi keuntungan moneter. Keuntungannya bagi daerah, yang dalam hal ini berperan sebagai agen atau pemberi dana, mempunyai instrumen pilihan untuk ikut serta dalam pemberdayaan pembangunan moneter di Indonesia.

Investasi termasuk menyumbangkan atau menempatkan sumber daya, baik sebagai property atau tunai sesuai jadwal akan menghasilkan membayar atau menambah nilainya di kemudian hari (Yuliana, 2020). Meningkatkan Anda harus peduli dengan investasi motivasi, risiko dan pengetahuan. Pengetahuan tentang pasar keuangan dan preferensi risiko pada saat yang sama, hal ini juga mempengaruhi manfaat berinvestasi di pasarmodal. Pengetahuan investasi dasar ialah hal mendasar yang perlu diketahui oleh investor. Sepertinya disampaikan (Situmorang, 2014) Investasi di pasar modal sangat diperlukan mempunyai cukup pengetahuan, pengalaman dan Ketajaman bisnis dalam analisis efek membeli. Pengetahuan yang otoritatif sesuatu yang memang harus dihindari kerugian ketika berinvestasi di pasar modal. Firma konsultan Grant Thornton Indonesia menilai “kaum milenial memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan investor pada umumnya, terutama dalam hal kapasitas permodalan dan platform untuk mengakses instrumen investasi”. Menurut Managing Partner Grant Thornton Indonesia Johanna Gani “banyak faktor yang mempengaruhi milenial untuk mulai berinvestasi, pertimbangan paling utama biasanya adalah modal yang tidak besar serta kemudahan akses melalui platform yang mereka pakai sehari-hari”. Selain itu menurut Ayub (2013), beberapa Masyarakat Indonesia masih dianggap nol terlalu familiar dengan dunia investasi pasar modal. Oleh karenanya, salah persepsi bisa saja

muncul. Dalam data yang bersumber dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) pada tahun 2022 uang simpanan nasabah dalam bentuk deposito mencapai nominal Rp2.933 triliun, sementara dalam data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022 total pendanaan yang dihimpun pada *equity crowdfunding* mencapai Rp507,20 miliar hingga pertengahan tahun. Dengan data tersebut dapat disimpulkan pada tahun 2022 masyarakat lebih banyak memilih model investasi lain dibandingkan investasi di platform *equity crowdfunding*

Kurangnya pengetahuan berpengaruh kepada calon investor mungkin hanya memiliki sedikit pengetahuan tentang konsep *crowdfunding* ekuitas dan cara kerjanya. Hal ini harus dipahami karena kurangnya pengetahuan dapat menjadi penghambat partisipasi mereka. Selain itu keyakinan menjadi salah satu faktor kunci ketika mengambil keputusan investasi. Individu harus memiliki keyakinan bahwa investasi mereka aman dan berpotensi menguntungkan. Dalam konteks *crowdfunding* ekuitas, kepercayaan terhadap platform dan proyek yang ditawarkan dapat mempengaruhi minat investor.

Pentingnya kepercayaan dalam berbasis penghargaan telah disorot pada studi belakangan ini, yang menunjukkan bahwa manajemen kepercayaan secara signifikan meningkatkan kinerja penggalangan dana (Zheng, Hung, Qi, & Xu, 2016). Kepercayaan adalah hal esensial pada situasi keuangan karena hal ini mempunyai fungsi sebagai mekanisme yang memungkinkan tindakan dimana jika tidak, risiko yang dirasakan akibat kompleksitas transaksi ekonomi akan menghambat hal tersebut (McKnight, Cummings, & Chervany, 1998). Mengingat transaksi keuangan secara umum sangat memerlukan kepercayaan (Guiso, Sapienza, & Zingales, 2008), tidak mengherankan jika topik ini menjadi sangat penting, terutama dalam pembahasan *crowdfunding* dan *equity crowdfunding*.

Keunggulan dalam perencanaan keuangan yang efektif adalah sensasi ketertarikan, pembelajaran dan penghormatan atau klaim terhadap suatu spekulasi. Sensasi ketertarikan pada jenis usaha mulai dari manfaat, hambatan, pelaksanaan spekulasi, mencari peluang untuk mempelajari usaha atau secara langsung mencoba memasukkan sumber daya ke dalam nilai jenis usaha *crowdfunding*. Artinya, seseorang yang ahli dalam perencanaan keuangan kemungkinan besar akan mengambil tindakan yang dapat mewujudkan keinginannya untuk berkontribusi, menerima tawaran usaha dengan baik, dan akhirnya berkontribusi. Sehingga premi dalam perencanaan keuangan yang efektif dapat diibaratkan sebagai suatu tujuan yang muncul karena premium dalam perencanaan keuangan yang efektif maka seseorang terpacu untuk melakukan semua itu untuk mencari tahu, mencari tahu dan melakukan tindakan atau upaya dalam pengelolaan uang. Keunggulan dalam pengelolaan uang yang efektif dipengaruhi oleh informasi spekulasi. Ketika seseorang memiliki keunggulan dalam pengelolaan uang yang efektif, mereka biasanya akan mengambil tindakan agar keinginan seseorang dapat terpenuhi. Dapat diartikan bahwa seseorang yang mengetahui tentang investasi cenderung akan berkontribusi. Informasi yang dimiliki seseorang dapat berguna untuk menghadapi spekulasi mereka sehingga apa yang mereka harapkan dapat tercapai. Semakin tinggi informasi seseorang mengenai spekulasi, semakin tinggi premi dalam usaha tersebut.

Dalam hal ini penulis akan menjelaskan bagaimana masyarakat memiliki minat untuk berinvestasi pada platform *equity crowdfunding* sementara banyak

masyarakat yang masih belum memiliki pengetahuan tentang *equity crowdfunding* itu sendiri, karena kurangnya pengetahuan mengakibatkan pengaruh kepercayaan masyarakat pada *equity crowdfunding* maka akan berdampak pada minat investasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu data berupa angka-angka, dimulai dari proses pengumpulan data, hingga representasi hasil penelitian. Metode kuantitatif adalah metode yang bergantung pada dunia nyata, efek samping dan kekhasan yang dapat diperhatikan dan diperkirakan serta mempunyai hubungan keadaan dan hasil logis yang digunakan untuk meneliti populasi tertentu atau tes menggunakan instrumen penelitian, analisis data statistik (Sugiyono, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Variabel Pengetahuan

		Correlations						PENGETAHUAN
		PG1	PG2	PG3	PG4	PG5	PG6	N
PG1	Pearson Correlation	1	.818**	.528**	.767**	.758**	.612**	.896**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.003	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
PG2	Pearson Correlation	.818**	1	.413*	.628**	.825**	.625**	.870**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.023	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
PG3	Pearson Correlation	.528**	.413*	1	.421*	.405*	.629**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.003	.023		.020	.026	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
PG4	Pearson Correlation	.767**	.628**	.421*	1	.648**	.510**	.785**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.020		<.001	.004	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
PG5	Pearson Correlation	.758**	.825**	.405*	.648**	1	.780**	.891**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.026	<.001		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
PG6	Pearson Correlation	.612**	.625**	.629**	.510**	.780**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.004	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
PENGETAHUAN	Pearson Correlation	.896**	.870**	.687**	.785**	.891**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Kepercayaan

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KEPERCAYAAN
		N						
KP1	Pearson Correlation	1	.874**	.810**	.802**	.818**	.782**	.918**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.874**	1	.801**	.752**	.837**	.816**	.913**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.810**	.801**	1	.861**	.760**	.841**	.917**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.802**	.752**	.861**	1	.884**	.841**	.932**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.818**	.837**	.760**	.884**	1	.861**	.930**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	.782**	.816**	.841**	.841**	.861**	1	.929**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KEPERCAYAAN	Pearson Correlation	.918**	.913**	.917**	.932**	.930**	.929**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Minat Investasi

Setelah dilakukan uji validitas dengan menggunakan perangkat SPSS statistic

Correlations

		MI1	MI2	MI3	MINAT INVESTASI
MI1	Pearson Correlation	1	.771**	.783**	.894**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30
MI2	Pearson Correlation	.771**	1	.909**	.959**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001
	N	30	30	30	30
MI3	Pearson Correlation	.783**	.909**	1	.961**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001
	N	30	30	30	30
MINAT INVESTASI	Pearson Correlation	.894**	.959**	.961**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

26 hasil uji validasi pada tabel 1 dengan variabel pengetahuan Equity Crowdfunding dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam melakukan penelitian dengan nilai korelasi lebih dari 0,05, dilihat dari 6 (enam) item pertanyaan yang didasarkan pada nilai r hitung. Jika nilai r-hitung > r-tabel, maka dapat dinyatakan bahwa item pertanyaan pada kuesioner tersebut valid (Triana, 2013).

Kemudian pada tabel 2 dengan variabel kepercayaan yang menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap equity crowdfunding yang memiliki 6 (enam) item pertanyaan memiliki hasil yang valid dan dapat digunakan dalam melakukan penelitian dikarenakan validitas item yang berdasarkan pada nilai r hitung > 0,3439 sebagai syarat nilai minimum.

Berdasarkan hasil uji validasi pada tabel 3 dengan variabel minat investasi menunjukkan minat investasi masyarakat pada platform equity crowdfunding dengan 3 (tiga) item pertanyaan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam melakukan penelitian dengan nilai korelasi lebih dari 0,05. Akan tetapi jika nilai korelasi menunjukkan nilai sebaliknya atau tidak lebih dari 0,05 maka dapat dinyatakan item pertanyaan pada kuesioner tersebut tidak valid.

UJI RELIABILITAS

Variabel Pengetahuan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	96.8
	Excluded ^a	1	3.2
Total		31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	6

Variabel Kepercayaan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	96.8
	Excluded ^a	1	3.2
Total		31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.964	6

Variabel Minat Investasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	96.8
	Excluded ^a	1	3.2
Total		31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	3

Pada tabel 6 yaitu variabel minat investasi menunjukkan bagian Reliability Statistics terlihat nilai Cronbach's alpha memiliki nilai 0,930 yang lebih besar dari r-tabel (0,6) dengan taraf signifikansi 5%. Nilai Cronbach's alpha 0,40-0,60 cukup reliabel atau konsisten. Hal ini berarti kuesioner terbukti reliabel, jika nilai Cronbach's alpha lebih besar dari r-tabel dengan taraf signifikansi 5%, maka kuesioner memiliki tingkat reliabilitas yang baik, atau dengan kata lain data hasil survey dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

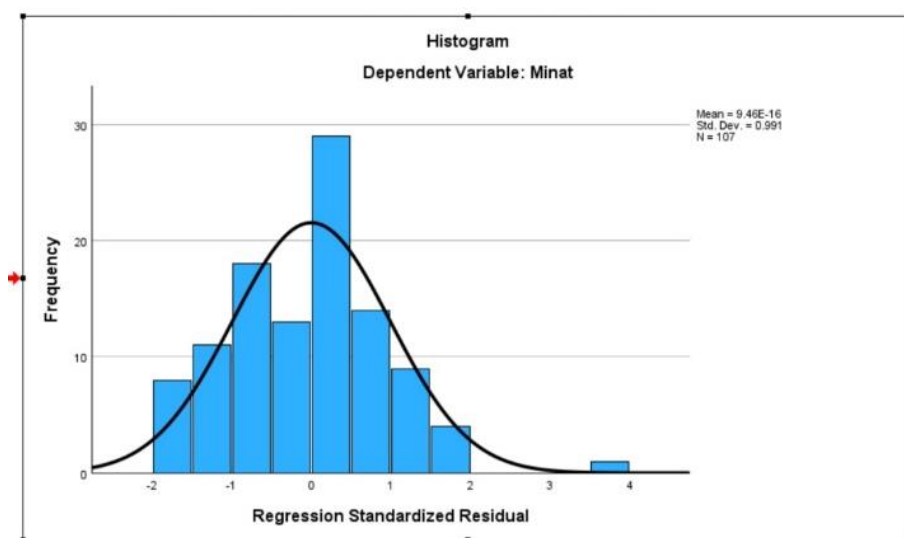
Uji Normalitas

N		107	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.90436042	
Most Extreme Differences	Absolute	.104	
	Positive	.082	
	Negative	-.104	
Test Statistic		.104	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.006	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.006	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.004
		Upper Bound	.008

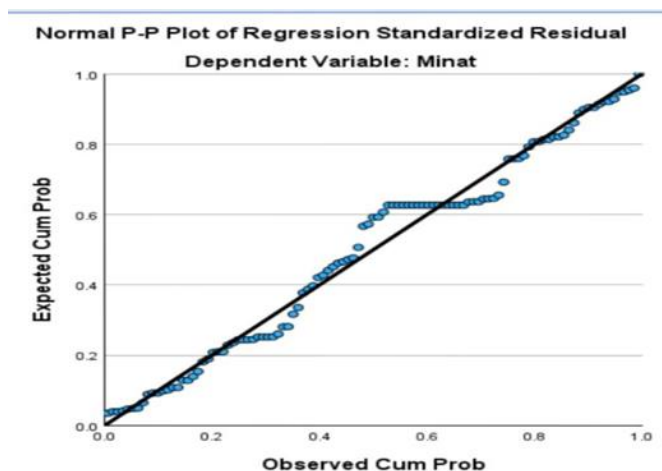
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil pada Tabel 7 di atas, menunjukkan bahwa nilai Signifikansi di atas 0,05 yaitu sebesar 0,06. Hal ini berarti data residual tersebut terdistribusi secara normal. Hal tersebut juga dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik Normal Probability plot-nya sebagai berikut :

➤ Ditinjau dari Histogram



➤ Ditinjau dari P-Plot



Uji Heteroskedastisitas

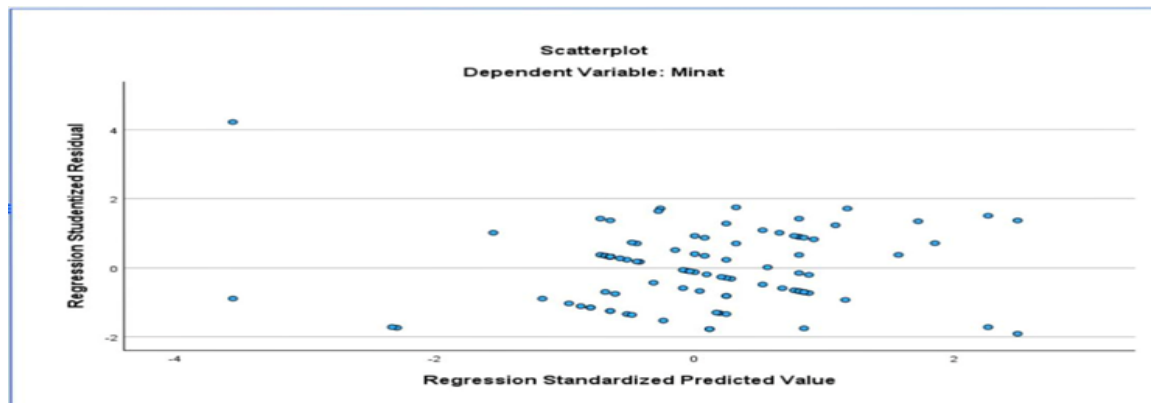
Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh sebagai berikut :

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.661	1.066		2.497	.014		
	Pengetahuan	-.050	.074	-.086	-.670	.504	.398	2.514
	Kepercayaan	.367	.075	.631	4.928	<.001	.398	2.514

a. Dependent Variable: Minat

Dalam hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel Pengetahuan dan variabel Kepercayaan lebih dari 0,05 (masing-masing 0,014 dan 0,504). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas antar variabel independent dalam model regresi. Maka hasil diatas dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik scatterplot, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Apabila kondisi ini terpenuhi maka tidak terjadi Heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot ditunjukkan pada gambar dibawah ini :



Dengan melihat grafik scatterplot di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.661	1.066		2.497	.014		
	Pengetahuan	-.050	.074	-.086	-.670	.504	.398	2.514
	Kepercayaan	.367	.075	.631	4.928	<.001	.398	2.514

a. Dependent Variable: Minat

Untuk mendeteksi adanya gejala multikolonieritas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai Toleransi (tolerance value) atau nilai Variance Inflation Factor (VIF). Batas Tolerance > 0,10 dan batas VIF < 10,00, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolonieritas diantara variabel bebas karena masing-masing memiliki nilai 0,398 dan 2,514.

Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah semua uji asumsi klasik terpenuhi selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda. Untuk menguji pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap minat investasi pada platform equity crowdfunding. Adapun hasil persamaan regresi linier Berganda untuk melihat pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap minat investasi pada platform equity crowdfunding ditunjukkan dengan hasil perhitungan regresi sebagai berikut dari tabel Sig. di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Minat Investasi pada platform equity crowdfunding dengan sig. (0,504) dengan Taraf $\alpha = 5\%$
2. Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Investasi dengan sig. (<0,001) dengan Taraf $\alpha = 5\%$

Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistic 23 dengan metode Run Test, dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- a. Apabila hasil nilai Sig (p) > 0,05 maka tidak terjadi autokorelasi.

- b. Apabila hasil nilai Sig (p) <0,05 maka terjadi autokorelasi
 Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Durbin-Watson (d)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.567 ^a	.322	.309	1.92258	2.079

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat

sebesar 2,079. Jumlah sampel (n) 107 dan jumlah variabel independen (k) 2, maka diperoleh nilai $dU = 1,7231$ dan nilai $4-dU = 2,2769$. Syarat data agar lolos dari uji autokorelasi adalah jika $dU < d < 4-dU$, sehingga diperoleh nilai sebesar $1,7231 < 2,079 < 2,2769$. Dengan hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada data penelitian ini.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Independen terhadap variabel dependen. Teknik analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26.0

Hasil Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji parsial ini dilakukan dengan membandingkan nilai α (alpha) dengan nilai p-value. Apabila nilai p-value < α (0,05), maka H0 ditolak. Sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen, dan sebaliknya. Berikut adalah hasil pengujian statistic t, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Nilai signifikansi pada variable pengetahuan (X1) terhadap minat (Y) diperoleh dengan nilai Sig. 0,504 >0,05 yang diperoleh adalah Ho diterima H1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.661	1.066		2.497	.014		
	Pengetahuan	-.050	.074	-.086	-.670	.504	.398	2.514
	Kepercayaan	.367	.075	.631	4.928	<.001	.398	2.514

a. Dependent Variable: Minat

ditolak artinya tidak terdapat pengaruh variabel pengetahuan (X1) terhadap minat investasi (Y). Kemudian nilai signifikansi pada variable kepercayaan (X2) terhadap minat (Y) diperoleh dengan nilai Sig. 0,00 <0,05 yang diperoleh adalah Ho ditolak H1 diterima artinya terdapat pengaruh variabel kepercayaan (X2) terhadap minat investasi (Y).

Uji F (Silmultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182.198	2	91.099	24.646	<.001 ^b
	Residual	384.418	104	3.696		
	Total	566.617	106			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pengetahuan

Berdasarkan hasil uji F diatas dapat disimpulkan nilai signifikasi variable Pengetahuan l(X1) yaitu dan Kepercayaan (X2) $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung 24,646

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.567 ^a	.322	.309	1.92258	2.079

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa besarnya koefisien Determinasi (Adj. R²) sebesar 0,309. Hal ini berarti kontribusi Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Minat Investasi adalah sebesar 30,9%, sedangkan sisanya 69,1% dijelaskan oleh variabel Pengetahuan dan Kepercayaan yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.661	1.066		2.497	.014		
	Pengetahuan	-.050	.074	-.086	-.670	.504	.398	2.514
	Kepercayaan	.367	.075	.631	4.928	<.001	.398	2.514

a. Dependent Variable: Minat

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengelolaan dan analisis data, peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat dalam investasi penggalangan dana melalui media sosial, terutama pada platform equity crowdfunding, dianggap valid. Hal ini dapat dijelaskan dengan maraknya informasi tentang platform equity crowdfunding melalui media sosial, yang memberikan

pemahaman kepada masyarakat dan mengenalkan aplikasi investasi tersebut. Sebagai contoh, investor yang sering membuka penggalangan dana menjadi lebih akrab dengan aplikasi tersebut.

Selain itu, kesimpulan dari pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat juga dianggap valid. Fenomena investasi penggalangan dana melalui media sosial pada platform equity crowdfunding didukung oleh identitas pribadi, di mana investor pada platform ini membantu masyarakat yang ingin berpartisipasi dalam penggalangan dana melalui bentuk investasi, mempermudah dalam jangka panjang. Selain itu, integrasi dan interaksi sosial melalui platform equity crowdfunding membuat masyarakat lebih akrab dengan dunia investasi, khususnya dalam konteks penggalangan dana, yang berbeda dari investasi pada umumnya yang bertujuan meraih finansial tambahan atau meningkatkan aset pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

Adhikary, Bishnu Kumar, Kenji Kutsuna, and Takaaki Hoda. 2018. "Crowdfunding Potential in Developing Countries—A Case of Bangladesh." 77–94.

Barbi, Massimiliano and Sara Mattioli. 2019. "Human Capital, Investor Trust, and Equity Crowdfunding." *Research in International Business and Finance* 49(February):1–12.

Bradford, C. Steven and Steven Bradford. 2012. "Crowdfunding and the Federal Securities Laws Crowdfunding and the Federal Securities Laws CROWDFUNDING AND THE FEDERAL SECURITIES LAWS." *Columbia Business Law Review* 1–150.

Burtch, Gordon, Anindya Ghose, and Sunil Wattal. 2013. "An Empirical Examination of the Antecedents and Consequences of Contribution Patterns in Crowd-Funded Markets." *Information Systems Research* 24(3):499–519.

CHEN, H. 1998. "An Analysis of Personal Financial Literacy among College Students." *Financial Services Review* 7(2):107–28.

Cumming, Douglas J., Sofia A. Johan, and Yelin Zhang. 2019. "The Role of Due Diligence in Crowdfunding Platforms." *Journal of Banking & Finance* 108:105661.

Ghozali and H. Imam. 2018. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Ke-9." *International Journal of Physiology* 23 (2)(1470):1494.

Giudici, Giancarlo, Massimiliano Guerini, and Cristina Rossi-Lamastra. 2018. "Reward-Based Crowdfunding of Entrepreneurial Projects: The Effect of Local Altruism and Localized Social Capital on Proponents' Success." *Small Business Economics* 50(2):307–24.

Guiso, Luigi, Paola Sapienza, and Luigi Zingales. 2011. "Trusting the Stock Market." *SSRN Electronic Journal* (December).

Hadad, Muliaman D. and Ketua Dewan Komisioner -Ojk. n.d. "Financial Technology (FinTech) Di Indonesia."

Harefa, Windy Septiani. 2019. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi

Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam.” *Journal Of Social Research* 3(2):518–34.

Hidayati, Amalia Nuril. 2017. “Investasi : Analisis Dan Relevansinya Dengan Ekonomi Islam.” *Jurnal Ekonomi Islam* 8(2):227–42.

Kadir, Muhammad Rusydi. 2021. “Sistem Equity Crowdfunding (ECF) Dalam Hukum Di Indonesia Muhammad Rusydi Kadir Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.” *Hukum Bisnis Islam* 13(1):66–68.

Kusmawati. 2011. “Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat.” *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi.* *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi* 2(2):22–35.

Kuti, Mónica; Madarász, Gábor. n.d. “Crowdfunding.” Retrieved September 26, 2023 (<https://web.s.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authType=crawler&jrnl=0031496X&AN=99003002&h=5tzQZUrYIdGt9ukyqvmS1U3pDfpRXBI1s8R%2BGkeLONDvCehP0eoDuvyDDjrHwUby4Kh1UE2h3tgMLH6fglqgg%3D%3D&cr=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=E>).

Lin, Mingfeng, Nagpurnanand R. Prabhala, and Siva Viswanathan. 2013. “Judging Borrowers by the Company They Keep: Friendship Networks and Information Asymmetry in Online Peer-to-Peer Lending.” *Management Science* 59(1):17–35.

McKnight, D. Harrison, Larry L. Cummings, and Norman L. Chervany. 1998. “Initial Trust Formation in New Organizational Relationships.” *The Academy of Management Review* 23(3):473.

Merton, Robert C. and Zvi Bodie. 2005. “Design of Financial Systems: Towards a Synthesis of Function and Structure.” *The World of Risk Management* 1–27.

Mollick, Ethan. 2014. “The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study.” *Journal of Business Venturing* 29(1):1–16.

Nugroho, Arief Yuswanto and Fatichatur Rachmaniyah. 2019. “Fenomena Perkembangan Crowdfunding Di Indonesia.” *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 4(1):34.

Nugroho, Yuswanto Arief. n.d. “Fenomena Perkembangan Crowdfunding Di Indonesia.”

Omaida, Rizky Rofitri. 2019. “MENUNAIKAN ZAKAT MAAL MELALUI BAZNAS / LAZ (Studi Pada Rumah Tangga Muslim Di Kota Malang).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis - Universitas Brawijaya.*

Parhankangas, Annaleena and Maija Renko. 2017. “Linguistic Style and Crowdfunding Success among Social and Commercial Entrepreneurs.” *Journal of Business Venturing* 32(2):215–36.

Rama, Ali. n.d. “Opini: Menelisik Fenomena Dan Potensi Crowdfunding.”

Rasuma Putri, Ni Made Dwiyanana and Henny Rahyuda. 2017. “Pengaruh Tingkat Financial Literacy Dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu.” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 9:3407

Rosadi, Dewi Sinta. n.d. “‘CYBER LAW Aspek Data Privasi Menurut Hukum Internasional, Regional Dan Nasional’ -.”

Rusna, Arina Dewi. n.d. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL PADA MAHASISWA KOTA SEMARANG."

Simon, Mark, Steven J. Stanton, Janell D. Townsend, and John Kim. 2019. "A Multi-Method Study of Social Ties and Crowdfunding Success: Opening the Black Box to Get the Cash Inside." *Journal of Business Research* 104:206–14.

Sugiyono. 2013. "Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D."

Sumarsono, Afiea Freistika and MS Dr. Mintarti Rahayu, SE. 2013. "Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 2(5):255.

Walujo, D. A. 2014. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D / Sugiyono | OPAC Perpustakaan Nasional RI." Bandung : Alfabeta x, 334 hlm.

William F. Sharpe, Gordon J. Alexander, Jeffery V. Bailey. n.d. "Investment."

Zhao, Liang and Rotem Shneor. 2020. "Donation Crowdfunding: Principles and Donor Behaviour." *Advances in Crowdfunding: Research and Practice* 145–60.

Zheng, Haichao, Jui Long Hung, Zihao Qi, and Bo Xu. 2016. "The Role of Trust Management in Reward-Based Crowdfunding." *Online Information Review* 40(1):97–118.

Ziegler, Tania, Rotem Shneor, Karsten Wenzlaff, Britney Wanxin Wang, Jaesik Kim, Ana Odorovic, Felipe Ferri de Camargo Paes, Krishnamurthy Suresh, Bryan Zheng Zhang, aniel Johanson, Cecilia Lopez, Leyla Mammadova, Nicola Adams, and Dan Luo. 2020. "The Global Alternative Finance Market Benchmarking Report - CCAF Publications - Cambridge Judge Business School." Cambridge Centre for Alternative Finance (CCAF).