

Is that Financial Knowledge, Investment Experience, and Project Advertisement Have any Influence on Students' Investment Intention in Sharia Crowdfunding?

Pengetahuan Keuangan, Pengalaman Investasi, dan Iklan Proyek Berpengaruhkah pada Minat Investasi Mahasiswa pada Crowdfunding Syariah?

Zakky Jihan Nabilla, Atina Shofawati 

Departemen Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia
zakky.jihan.nabilla-2017@feb.unair.ac.id*, atina-o@feb.unair.ac.id

ABSTRAK

Crowdfunding Syariah merupakan salah satu bentuk fintech dengan mengumpulkan dana dari masyarakat untuk diberikan kepada pihak atau proyek yang membutuhkan bantuan dana dengan menerapkan prinsip syariah didalamnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari pengetahuan keuangan, pengalaman investasi mahasiswa dan iklan proyek terhadap minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah di Indonesia. Pada penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis PLS-SEM. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pengetahuan keuangan dan iklan proyek berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah, sedangkan pengalaman investasi mahasiswa memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah di Indonesia.

Kata Kunci: Pengetahuan Keuangan, Pengalaman Investasi, Iklan Proyek, Investasi Mahasiswa, Crowdfunding Syariah.

ABSTRACT

Sharia crowdfunding is a form of fintech that collects funds from the public to be given to parties or projects that need financial assistance by applying sharia principles in it. This study aims to determine the effect of financial knowledge, investment experience, and project advertising on students' investment intention in sharia crowdfunding sites in Indonesia. In this study, quantitative methods were used with PLS-SEM analysis techniques. It found that financial knowledge and project advertising had a significant effect on students' investment intention in sharia crowdfunding sites, while students' investment experience had an insignificant effect on the students' investment intention in sharia crowdfunding sites in Indonesia.

Keywords: Knowledge, Investment Experience, Project Advertisement, Students' Investment, Sharia Crowdfunding.

Informasi Artikel

Submitted: 10-10-2021

Reviewed: 20-01-2022

Accepted: 18-03-2022

Published: 31-03-2022

^{*)}Korespondensi (Correspondence):
Zakky Jihan Nabilla

Open access under Creative Commons
Attribution-Non Commercial-Share A
like 4.0 International Licence
(CC-BY-NC-SA)



I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi sudah menjadi hal yang tidak bisa dihindarkan pada masa ini, dan dampaknya adalah setiap manusia sudah semakin tidak bisa terlepas dari keadaan ini. Tidak terkecuali dalam bidang keuangan muncul istilah *Financial Technology* atau yang biasa disebut *FinTech*. Berdasarkan laporan statistika *FinTech* bulan Januari 2021 oleh *Otoritas Jasa Keuangan* (2021) menunjukkan bahwa di Indonesia terdapat 148 perusahaan pelaku *FinTech* yang terdaftar dan sudah mendapatkan izin. Diantaranya terdapat 138 perusahaan konvensional dan 10 perusahaan berbasis syariah. Pada laporan tersebut juga disebutkan bahwa sebaran *outstanding* pinjaman mencapai Rp11.939,98 miliar dan akumulasi penyaluran pinjaman nasional sebesar Rp11.939,98 miliar dengan akumulasi rekening borrower sebesar 26.578.723 entitas, akumulasi transaksi borrower sebanyak 148.298.552 akun, dan akumulasi rekening lender sebesar 663.865 entitas. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan situs *FinTech* di Indonesia sudah cukup pesat.

Nugroho dan Rachmaniyah (2019) berpendapat bahwasanya berbagai produk dari Financial Technology didesain untuk mempermudah masyarakat untuk mengakses produk dari Fintech tersebut baik berupa pinjaman, penghimpunan dana secara kolektif, pembayaran online, permodalan, investasi dan produk fintech lainnya. Penghimpunan dana secara kolektif atau crowdfunding merupakan salah satu produk fintech yang memberikan solutif dalam mengatasi kesulitan ekonomi dalam hal permodalan untuk membangun dan mengembangkan usaha.

Salah satu realisasi dari adanya *FinTech* adalah Crowdfunding. Taha dan Macias (2014) menyebutkan bahwa Crowdfunding adalah jenis crowdsourcing, yang didefinisikan sebagai aktivitas online partisipatif ketika seorang individu, lembaga, organisasi nirlaba, atau perusahaan mengusulkan kepada sekelompok individu dengan berbagai pengetahuan, heterogenitas dan jumlah, melalui panggilan terbuka yang fleksibel, melakukan tugas secara sukarela yang membutuhkan keuntungan bersama. Jadi, didalam crowdfunding mempertemukan pihak *lender* dan *borrower* melalui situs crowdfunding.

Zheng et al (2014) juga menyebutkan dalam penelitiannya bahwa Praktik crowdfunding yang populer telah menarik perhatian komunitas riset. Beberapa temuan penelitian pendahuluan terungkap dalam tiga bidang berikut. Pertama, beberapa penelitian telah meneliti dalam kondisi apa pengusaha mengadopsi crowdfunding daripada pendekatan penggalangan dana lainnya (Schwienbacher & Larralde, 2012; Belleflamme et al., 2010). Schwienbacher dan Larralde (2012) menemukan bahwa proyek crowdfunding yang sukses umumnya menarik bagi orang banyak, dan proyek ini meminta modal yang lebih kecil. Kedua, beberapa studi telah mengeksplorasi motivasi pengusaha dan sponsor untuk berpartisipasi dalam crowdfunding (Lambert & Schwienbacher, 2010; Gerber et al., 2012).

Seiring perkembangan ilmu ekonomi Islam, maka mulai muncul crowdfunding yang menggunakan prinsip-prinsip syariah didalamnya atau yang kemudian disebut dengan crowdfunding syariah. Menurut Hendratmi et al. (2020), Platform crowdfunding Islam adalah sistem crowdfunding berbasis syariah yang mendanai proyek dan produk halal yang diizinkan dalam hukum Islam. Produk dan dana yang diinvestasikan harus halal (Marzban & Asutay, 2014) Diperkirakan total jumlah Crowdfunding yang Sesuai Syariah pada tahun 2015 berjumlah \$30 juta. Karena menggunakan prinsip syariah, sudah pasti menggunakan akad yang tidak menyimpang dari ekonomi Islam.

Darmansyah et al. (2020) menambahkan bahwa sebagian besar platform crowdfunding saat ini menggunakan kontrak Murabahah (biaya plus margin keuntungan) dan Mudharabah (bagi hasil). Struktur lain yang dapat dipertimbangkan termasuk Salam (transaksi pembiayaan berjangka), Ijarah (sewa guna usaha), dan Diminishing Musharaka (kemitraan ekuitas yang semakin berkurang) (Ahammed, 2017). Namun, pada kenyataannya, situs crowdfunding syariah di Indonesia yang diakui oleh OJK masih sangat minim. Bahkan menurut Hendratmi et al. (2020), Crowdfunding Islam masih dalam awal perkembangannya. Tidak lebih dari 10 platform crowdfunding syariah di dunia, crowdfunding syariah berikutnya berpotensi menjadi inovasi keuangan kedepannya dalam industri keuangan syariah (Achsiem & Purnamasari, 2016).

Seperti beberapa penjelasan yang sudah dijelaskan seputar kegiatan yang dilakukan dalam crowdfunding, yaitu terdiri dari funding (pengumpulan dana) dan borrowing (meminjamkan / menyalurkan dana). Oleh sebab itu, jika dikaitkan dengan nilai-nilai didalam ekonomi Islam terdiri dari kegiatan investasi dan perbuatan saling tolong-menolong antarsesama (karena pihak pemilik dana memberikan bantuan kepada pihak yang memerlukan dana). Kegiatan investasi ini sangat didukung di dalam Islam seperti dalil yang tertera pada QS. Al Hasyr, 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِإِعْدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Yaa ayyuhalladziina amanuttaqullaha waltanzur nafsummaa qaddamat lighodzin, wattaqullaha, innallaha khabiirumbimaa ta'lamuuna.

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan (Terjemah Kemenag, 2019).

Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa menurut Cheung dkk (2015) dalam Faidah (2019) menyebutkan tingkat dari literasi keuangan yang rendah dilansir menjadi salah satu faktor timbulnya permasalahan keuangan. Literasi keuangan yang dimaksudkan adalah pengetahuan yang didapatkan oleh seseorang seputar ketersediaan lembaga keuangan berupa jenis produk yang dikeluarkannya ataupun keuntungan serta kerugian yang mampu timbul dari produk tersebut. Dari dasar ini, penulis beranggapan bahwa literasi atau pengetahuan menjadi salah satu hal penting yang menunjang suksesnya *crowdfunding* syariah khususnya di Indonesia. Literasi keuangan bisa terbentuk melalui proses pembelajaran yang ditempuh pada saat berada di suatu perguruan tinggi dan menurut Widayati (2012) dalam Faidah (2019), oleh sebab itu hal ini akan memiliki kontribusi yang cukup besar atas pengetahuan yang suatu hari akan dimiliki mahasiswa.

Menurut Hardiwinoto (2013) dalam bukunya Teori Keputusan Investasi, Investasi dapat diartikan sebagai penanaman uang di suatu perusahaan atau proyek tertentu untuk tujuan memperoleh keuntungan, atau membeli suatu aset yang diharapkan di masa datang dapat dijual kembali dengan nilai yang lebih tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa investasi merupakan sebuah aset yang diharapkan dapat memberikan keuntungan kembali. Investasi juga dapat diartikan sebagai pembelian atas alat produksi atau penanaman uang untuk produksi tertentu dengan harapan mendapatkan laba atau keuntungan di kemudian hari.

Pada prinsipnya, crowdfunding mengumpulkan dana dari banyak orang untuk mendanai beberapa proyek yang sudah menampilkan portofolionya yang memenuhi syarat dari setiap situs crowdfunding. Setiap proyek menampilkan iklan tertentu yang termasuk didalamnya adalah besaran perkiraan keuntungan yang akan dibagikan kepada pemberi dana dalam jangka waktu tertentu yang sudah ditetapkan oleh masing-masing proyek. Hal ini sesuai dengan teori investasi yaitu penanaman suatu uang untuk memperoleh keuntungan pada masa datang.

Awais et al. (2016) menyebutkan bahwa Literasi pendidikan keuangan dapat digambarkan sebagai kemampuan individu untuk mengambil keputusan keuangan dengan tetap memperhatikan kepentingan jangka pendek dan jangka panjang terbaik mereka sendiri (Mandell, 2008). Terbukti bahwa pengalaman keuangan mengarah pada pengetahuan keuangan yang menciptakan kesadaran untuk pendidikan mandiri atau membuat program literasi keuangan lebih signifikan. Bahkan permainan pasar saham memberikan kesempatan untuk mendapatkan eksposur dan pengalaman yang efektif (Frijns dkk., 2014)

Chou et al. (2010) juga menekankan bahwa perilaku investor dipengaruhi oleh pengalaman yang diperoleh di masa lalu. Seorang investor yang berpengalaman memiliki kecenderungan untuk lebih memilih portofolio yang memiliki risiko, karena mereka (investor) telah melalui pengalaman bagaimana menanganinya dengan benar. Baik atau tidaknya pengalaman investor yang lebih baik akan berdampak pada tingkat toleransi risiko investor dan keputusan investasi. Pengalaman investasi masa lalu yang sukses menjanjikan toleransi risiko tinggi yang lebih membuktikan akan menghasilkan pengembalian tinggi, oleh sebab itu, perilaku investasi masa lalu berhubungan positif dengan toleransi risiko yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan investasi.

Marpaung (2010) berpendapat bahwa minat adalah sebuah perasaan suka oleh seseorang terhadap suatu objek tertentu dari sebuah peristiwa ataupun benda. Indikator yang digunakan sebagai alat pengukuran dari minat adalah berupa *pertama* berkeinginan untuk mencari tahu jenis dari suatu investasi dan *kedua* bersedia meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi (Suyanti & Hadi, 2019).

Nagy dan Obenberger (1994) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat investasi. *Pertama* informasi netral yaitu adanya informasi tambahan dari luar sehingga membuat calon investor merasa lebih komprehensif, *kedua Personal financial needs* yaitu informasi dari diri sendiri seorang investor yang didapatkan selama menjalani aktivitas investasi, *ketiga Self Image/Firm Image Coincidence* yaitu informasi seputar penilaian atas citra dari sebuah perusahaan, *keempat social relevance* yaitu informasi tentang posisi saham perusahaan pada bursa saham, tanggungjawab yang harus dilakukan perusahaan terhadap lingkungan dan area dari operasional perusahaan, *kelima classic* yaitu kemampuan dari investor dalam menentukan kriteria ekonomis dari perilaku investasi dan *keenam professional*

recommendation yang berarti pendapat, rekomendasi, serta saran-saran dari beberapa pihak, para ahli dan yang lebih profesional di bidang investasi.

Berdasarkan penelitian lain yang sudah ada sebelumnya, menurut Lubis (2019), disebutkan bahwa Variabel motivasi secara positif signifikan mempengaruhi dan minat berinvestasi pada pasar modal. Hal ini terlihat dari sebaran jawaban dari responden yang menunjukkan bahwa sebagian besar setuju terhadap pernyataan tentang pembelajaran berinvestasi di pasar modal dapat meningkatkan minat dalam melakukan investasi di pasar modal. Hingga saat ini, masih belum banyak penelitian seputar faktor yang menarik perhatian untuk berinvestasi di situs crowdfunding syariah khususnya bagi mahasiswa di Indonesia. Karena sebagian besar pembahasan dan penelitian mengenai crowdfunding di Indonesia masih seputar crowdfunding konvensional, dan penelitian mengenai investasi mahasiswa seringkali lebih banyak terhadap pasar modal. Dengan dasar penelitian seputar minat investasi mahasiswa ini, maka penulis ingin mengembangkan teori ini dan mengaitkannya dengan investasi pada situs *crowdfunding* syariah di Indonesia. Karena hingga saat ini, masih belum banyak penelitian seputar faktor yang menarik perhatian untuk berinvestasi di situs *crowdfunding* syariah khususnya bagi mahasiswa di Indonesia. Karena sebagian besar pembahasan dan penelitian mengenai *crowdfunding* di Indonesia masih seputar *crowdfunding* konvensional, dan penelitian mengenai investasi mahasiswa seringkali lebih banyak terhadap pasar modal. Dengan demikian, penelitian memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk melakukan investasi di situs *crowdfunding* syariah di Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengalaman investasi mahasiswa berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk melakukan investasi di situs *crowdfunding* syariah di Indonesia.
3. Untuk menganalisis iklan proyek (yang tercantum pada situs *crowdfunding* syariah) berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk melakukan investasi di situs *crowdfunding* syariah di Indonesia.

II. KAJIAN LITERATUR

Menurut Hardiwinoto (2013), dalam bukunya Teori Keputusan Investasi, Investasi dapat diartikan sebagai penanaman uang di suatu perusahaan atau proyek tertentu untuk tujuan memperoleh keuntungan, atau membeli suatu aset yang diharapkan di masa datang dapat dijual kembali dengan nilai yang lebih tinggi. Perilaku investor yang dibaca dari perilaku harga aset yang mencerminkan tindakannya tampaknya bersifat terikat-adaptif rasional. Investor dipengaruhi oleh kekuatan rasional (fundamental) dan irasional (perilaku) dan perilaku pembentukan harga non-linier. Hal ini dapat direkonsiliasi dengan teori keputusan berbasis perilaku yang saling terkait, yaitu teori rasional terbatas (Simon, 1955), teori prospek (Kahneman & Tversky, 1979), dan teori penyesalan (Loomes & Sugden, 1982) dan ekspektasi adaptif perilaku manusia (Tinbergen, 1939) (Tuyon & Ahmad, 2016).

Awais et al. (2016) menyebutkan bahwa Literasi pendidikan keuangan dapat digambarkan sebagai kemampuan individu untuk mengambil keputusan keuangan dengan tetap memperhatikan kepentingan jangka pendek dan jangka panjang terbaik mereka sendiri (Mandell, 2008). Terbukti bahwa pengalaman keuangan mengarah pada pengetahuan keuangan yang menciptakan kesadaran untuk pendidikan mandiri atau membuat program literasi keuangan lebih signifikan. Bahkan permainan pasar saham memberikan kesempatan untuk mendapatkan eksposur dan pengalaman yang efektif (Frijns dkk., 2014)

Roszkowski dan Davey, (2010) dalam Awais et al. (2016) selanjutnya menyebutkan bahwa seorang investor yang berpengalaman yakin akan keterampilan dan pengalaman masa lalu yang dimilikinya yang membuatnya dikenal dengan kondisi tersebut. Dengan kualifikasi finansial yang cukup, informasi dan juga pengalaman investor akan membantu mengelola pool investment sesuai dengan tujuan yang diinginkan dan sesuai dengan waktu dengan tingkat toleransi risiko yang lebih besar. Berdasarkan penelitian oleh Mishra dan Metilda (2015), seseorang dengan pengalaman investasi akan merasa lebih percaya diri (*overconfidence*) dan lebih mementingkan diri sendiri (*self-attributive*).

Minat adalah keinginan yang timbul disebabkan oleh keinginan setelah tindakan pengelihatian, pengamatan, perbandingan serta pertimbangan kebutuhan yang diinginkannya (Suprihati & Pradanawati, 2020). Minat kemudian menunjukkan seberapa besar usaha yang direncanakan oleh seseorang untuk melakukan sesuatu. Menurut Shaleh (2004: 263), minat adalah kecenderungan untuk memperhatikan orang dan bertindak terhadap orang, kegiatan atau situasi yang menjadi objek minat tersebut disertai dengan perasaan senang. Marpaung (2010) berpendapat bahwa minat adalah sebuah perasaan suka oleh seseorang terhadap suatu objek tertentu dari sebuah peristiwa ataupun benda. Indikator yang digunakan sebagai alat pengukuran dari minat adalah berupa *pertama* berkeinginan untuk mencari tahu jenis dari suatu investasi dan *kedua* bersedia meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi (Suyanti & Hadi, 2019).

Nagy dan Obenberger (1994) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat investasi. *Pertama* informasi netral yaitu adanya informasi tambahan dari luar sehingga membuat calon investor merasa lebih komprehensif, *kedua Personal financial needs* yaitu informasi dari diri sendiri seorang investor yang didapatkan selama menjalani aktivitas investasi, *ketiga Self Image/Firm Image Coincidence* yaitu informasi seputar penilaian atas citra dari sebuah perusahaan, *keempat social relevance* yaitu informasi tentang posisi saham perusahaan pada bursa saham, tanggungjawab yang harus dilakukan perusahaan terhadap lingkungan dan area dari operasional perusahaan, *kelima classic* yaitu kemampuan dari investor dalam menentukan kriteria ekonomis dari perilaku investasi dan *keenam professional recommendation* yang berarti pendapat, rekomendasi, serta saran-saran dari beberapa pihak, para ahli dan yang lebih profesional di bidang investasi.

Dalam inisiatif crowdfunding online, pencipta proyek menarik sejumlah besar kontributor potensial untuk mendapatkan dukungan finansial, menggunakan platform Internet tertentu yang mempublikasikan permintaan tersebut dan menentukan kompensasi yang tersedia untuk berbagai tingkat kontribusi (Belleflamme, dkk., 2014) dalam (Lacan & Desmet, 2017). Lacan dan Desmet (2017) kemudian menambahkan bahwa Untuk mengumpulkan dana, pembuat proyek mengandalkan platform Internet untuk mempresentasikan proyek mereka dan menarik kontributor yang sudah mengunjungi platform tersebut. Jadi sistem ini merupakan pasar dua sisi.

Secara umum, gambaran besar crowdfunding syariah adalah seperti crowdfunding, yaitu memanfaatkan kerumunan (crowd) pemilik modal untuk mengumpulkan dana yang kemudian akan disalurkan kepada pihak yang membutuhkan dana. Hanya saja pada crowdfunding syariah diterapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Hendratmi et al. (2020) menyebutkan bahwa Konsep crowdfunding Islami hampir sama dengan konsep crowdfunding pada umumnya. Perbedaannya terletak pada penerapan mekanisme transaksi yang "didukung aset" dan margin rugi laba (Asutay & Marzbah, 2012). Marzbah dan Asutay (2014) mengusulkan model crowdfunding yang sesuai dengan prinsip Islam.

Proyek-proyek yang membutuhkan pendanaan pada situs crowdfunding syariah mencantumkan beberapa hal tertentu untuk menunjang kampanye proyeknya. Beberapa hal yang tercantum dalam iklan proyek ini berisi beberapa informasi tentang proyek tersebut, diantaranya adalah kebutuhan dana, durasi (pengerjaan) proyek, imbal hasil (yang akan diberikan kepada pemberi dana), serta akad yang digunakan dalam pembiayaan proyek tersebut. Namun, tidak semua situs crowdfunding menampilkan isi iklan proyek yang sama antara satu situs dengan situs lain. Beberapa diantaranya menambahkan persyaratan pendanaan minimum, dan skema pembayaran imbal hasil.

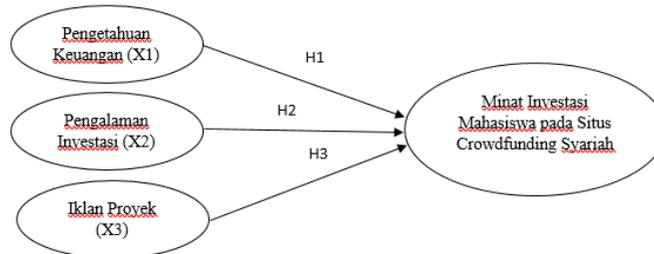
Berdasarkan penelitian oleh Putra dan Susilowati (2020), disebutkan bahwa ketika sebuah proyek *crowdfunding* memberikan informasi atau data yang lengkap, akurat, diformat dengan baik, dan tepat waktu, individu lebih mungkin untuk menghasilkan pemikiran yang positif karena individu tersebut memperoleh pemahaman yang lebih mendalam seputar proyek tersebut. Informasi yang disajikan juga harus memiliki manfaat dan berkualitas. Dengan demikian, penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut; H1: Pengetahuan Keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah di Indonesia.

H2: Pengalaman Investasi Mahasiswa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah di Indonesia.

H3: Iklan Proyek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah di Indonesia.

III. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan metode kuantitatif dan analisis *partial least square* (PLS). Metode PLS sendiri adalah suatu model persamaan struktural dengan basis varians (PLS) yang dapat menggambarkan variabel laten (yang tidak terukur dengan langsung) dan kemudian diukur dengan menggunakan berbagai indikator (variabel manifest). Metode PLS ini dianggap cocok dengan penelitian ini disebabkan oleh pada penelitian ini menggunakan variabel laten. Model analisis pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Sumber: (Allegood, 2016; Metilda, 2015; Sheng dkk, 2017; Awais, 2016)

Gambar 1.
Model Analisis

Jenis dan Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah berasal dari dua jenis data, yaitu data primer yang berasal dari kuesioner yang telah disebarakan sebelumnya, dan data sekunder yang berasal dari jurnal-jurnal dan laporan yang berhubungan dengan crowdfunding syariah dan minat investasi mahasiswa.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa pada universitas di Surabaya. Seleksi data didasarkan pada website Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti) tercatat bahwa jumlah mahasiswa S1/D4 PTN di Surabaya yang memiliki galeri investasi untuk mahasiswanya jika dilakukan penggabungan maka seluruh mahasiswanya adalah sejumlah 78.234 mahasiswa. Pada penelitian kali ini, pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Mahasiswa S1 Universitas Negeri di Surabaya yang pada kampusnya terdapat unit yang memfasilitasi mahasiswanya untuk melakukan investasi (Universitas Airlangga, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Universitas Negeri Surabaya, dan Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya), dan
2. Sudah pernah melakukan investasi online sebelumnya (saham, reksadana, produk keuangan lain, crowdfunding, dls)

Teknik Analisis

Cara pengambilan sampel adalah dengan menyebarkan kuesioner yang berisi beberapa pernyataan yang mendukung hipotesis yang sudah dituliskan oleh penulis. Kuesioner yang menggunakan google form ini kemudian dibagikan melalui sosial media Instagram, whatsapp, twitter, dan facebook. Jumlah dari sampel ditentukan dengan menggunakan pedoman besaran ukuran sampel untuk SEM sesuai dengan pendapat Solimun (2002: 78) yaitu Sama dengan 5 hingga 10 kali jumlah indikator dari seluruh variabel laten. Maka jumlah sampel penelitian ini berjumlah 163 responden setelah melewati tahap *screening question*. Dengan frekuensi mahasiswa Unair sebanyak 104, ITS 43, Unesa 8 dan PPNS sebanyak 8 mahasiswa.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini untuk pengujian hipotesis adalah menggunakan *Partial Least Square* (PLS-SEM). Hal ini disebabkan karena variabel pada penelitian ini merupakan variabel laten. Dalam hal ini, PLS memiliki asumsi bahwa data penelitian terdistribusi normal.

Pada umumnya, teknik analisis dengan model PLS dibagi menjadi dua bagian;

1. *Measurement (Outer) Model* untuk menggambarkan hubungan antarvariabel laten dengan masing-masing indikator pengukurnya dan di dalam tahap ini terdapat uji validitas dan reliabilitas, serta
2. *Structural (Inner) Model* untuk melakukan uji pada hipotesis.

Tabel 1.
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
1	Pengetahuan Mahasiswa	1. Pengetahuan seputar konsep keuangan	1. Pernah mengetahui sistem <i>crowdfunding</i> sebelumnya	Remund (2010)
		2. Kemampuan untuk berkomunikasi seputar keuangan	2. <i>Crowdfunding</i> merupakan salah satu model investasi yang menarik	
			3. Pernah mendapatkan materi tentang investasi	
			4. Teknik analisis dasar penting untuk diketahui	
		Kemampuan dalam pengelolaan keuangan pribadi	Mampu mengatur keuangan pribadi	
		Kemampuan dalam pembuatan keputusan dalam keuangan	Menerapkan materi yang sudah didapat dalam melakukan investasi	
		Memiliki keyakinan untuk membuat perencanaan untuk masa yang akan datang	Memiliki perencanaan keuangan masa depan	
2	Pengalaman Investasi	Pernah atau tidak melakukan investasi	Pernah melakukan investasi sebelumnya (<i>screening question</i>)	Mishra dan Metilda (2015)
		Cara menyikapi risiko dalam melakukan investasi	1. Mampu menyikapi risiko sesuai dengan pengalaman dan menerapkan untuk investasi pada situs <i>crowdfunding</i> syariah 2. Investasi yang sudah dilakukan sebelumnya membuat semakin ingin mengeksplorasi berbagai investasi online (termasuk <i>crowdfunding</i> syariah)	
3	Iklan Proyek	Informasi dijelaskan secara lengkap	1. Komponen iklan proyek sudah cukup jelas 2. Mengetahui latar belakang tentang proyek yang diiklankan adalah hal yang penting 3. Komponen iklan proyek sudah memberikan penjelasan yang lengkap 4. Iklan proyek menyajikan data yang akurat	Putra dan Susilowati (2020)
		Informasi yang ditampilkan akurat	Semakin lengkap dan semakin akurat dari komponen iklan proyek semakin menarik	
		Informasi yang ditampilkan memiliki manfaat dan berkualitas	1. Tampilan iklan proyek mempengaruhi ketertarikan calon investor	

4	Minat Investasi Pada Situs <i>Crowdfunding</i> Syariah	Keinginan mencari tahu jenis suatu investasi	<ol style="list-style-type: none"> Informasi yang ditampilkan sudah memiliki manfaat dan berkualitas tinggi Memiliki literasi yang cukup mampu menumbuhkan minat investasi pada <i>crowdfunding</i> syariah Pengetahuan seputar <i>crowdfunding</i> dapat menumbuhkan minat investasi pada <i>crowdfunding</i> syariah Iklan proyek sudah menarik dan menumbuhkan minat investasi pada situs <i>crowdfunding</i> syariah 	Marpaung, 2010
		Bersedia meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh	Ingin mempelajari sistem investasi <i>crowdfunding</i> syariah lebih dalam setelah ini	

Sumber: Data Diolah (2021)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik responden pada penelitian kali ini dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 2.
Berdasarkan Universitas

Universitas	Frekuensi	Persentase
Unair	104	64%
ITS	43	26%
Unesa	8	5%
PPNS	8	5%
Total	163	100%

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel 3.
Berdasarkan Semester

Semester	Frekuensi	Persentase
1 – 2	31	19%
3 – 4	30	18%
5 – 6	36	22%
7 – 8	48	29%
>8	18	11%
Total	163	100%

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel 4.
Berdasarkan Jenis Investasi

Jenis Investasi	Frekuensi	Persentase
Saham	70	43%
Reksadana	71	44%
Crowdfunding Konven	11	7%
Bitcoin/Cryptocurrency	4	2%
Lainnya	4	2%
Total	163	100%

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel 5.
Berdasarkan Durasi Investasi

Lama Investasi	Frekuensi	Persentase
< 1 Tahun	122	75%
> 1 Tahun	41	25%

Total	163	100%
-------	-----	------

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel 6.
Berdasarkan Pengalaman Kunjungan Pada Situs Crowdfunding Syariah Sebelumnya

Kunjungan Situs	Frekuensi	Persentase
Ya	65	40%
Tidak	98	60%
Total	163	100%

Sumber: Data Diolah (2021)

Berdasarkan karakteristik responden seperti yang sudah disebutkan pada Tabel 2 s.d Tabel 6 selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan *software* Smart PLS 3.3. Pada metode PLS terdapat dua tahap, yaitu *inner* model dan *outer* model. Pada *Inner Model*, tahap pertama dilakukan evaluasi model structural. Pada tahap ini akan dilakukan evaluasi guna mengetahui hubungan dari sebuah indikator dengan sebuah konstruk. Melalui tahap *convergent validity* dilakukan evaluasi dengan meninjau *loading factor* dari masing-masing konstruk. Berdasarkan teori sebelumnya, disebutkan bahwa sebuah item dikatakan valid apabila memiliki nilai lebih dari 0,7. Pada tahap ini terdapat beberapa item yang perlu dipertimbangkan validitasnya karena memiliki nilai kurang dari 0,7 yaitu yang terdapat pada konstruk FK (FK1, FK3, dan FK4). Kemudian tahap yang dilakukan adalah dengan melakukan eliminasi terhadap item yang perlu dipertimbangkan, sehingga data yang dihasilkan dapat dikategorikan valid dan dapat dipertanggung jawabkan. Pada hasil eliminasi terhadap indikator yang perlu dipertimbangkan karena dianggap kurang valid sehingga menyisakan konstruk yang seluruhnya valid. Dengan demikian dapat dilanjutkan dengan melakukan pengujian selanjutnya untuk mendapatkan nilai dari *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan AVE untuk menunjukkan bahwa konstruk dapat dikatakan reliabel atau dapat diandalkan.

Untuk dikatakan sebagai konstruk yang reliabel, sebuah konstruk harus memiliki nilai diatas 0.7. pengujian ini dilakukan dengan melihat skor *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Pada Tabel 7 dapat dilihat bahwa skor AVE diatas 0,5 yang berarti bahwa masing-masing variabel memiliki tingkat eror yang rendah, dan setiap konstruk memiliki hasil skor diatas 0.7 pada estimasi *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, maka dapat diartikan bahwa masing-masing konstruk memiliki korelasi yang tinggi (*reliable*).

Tabel 7.
Hasil Estimasi *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan AVE

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
FK	0.783	0.803	0.857	0.600
IE	0.848	0.858	0.907	0.766
IIC	0.841	0.843	0.894	0.678
PA	0.902	0.906	0.923	0.630

Sumber: Data diolah SmartPLS (2021)

Melalui tahap uji *convergent validity*, peneliti adalah melakukan uji *discriminant validity* yaitu untuk mengetahui hubungan dari masing-masing variabel dengan variabel itu sendiri. Pada tahap ini perlu mempertimbangkan nilai *Cross Loading* dari masing-masing variabel. Pada Tabel 8 berikut peneliti menjabarkan hasil dari estimasi *Cross Loading* menganalisis korelasi dari setiap indikator dengan variabel pasangannya. Berdasarkan hasil yang dijabarkan pada Tabel 8 ditunjukkan bahwa korelasi dari setiap indikator lebih tinggi jika dibandingkan korelasi atas variabel lainnya. sehingga dapat disebutkan bahwa *discriminant validity* pada penelitian kali ini terpenuhi karena konstruk mampu menunjukkan bahwa konstruk mampu memprediksi bahwa indikator pembentuknya lebih baik dibandingkan dengan konstruk lain.

Tabel 8.
Cross Loading

	Pengetahuan Keuangan (FK)	Pengalaman Investasi (IE)	Minat Investasi Pada Crowdfunding (IIC)	Iklan Proyek (PA)
FK2	0.790	0.442	0.759	0.718

FK5	0.775	0.391	0.523	0.527
FK6	0.765	0.462	0.496	0.431
FK7	0.768	0.437	0.523	0.442
IE1	0.477	0.885	0.459	0.382
IE2	0.550	0.887	0.551	0.550
IE3	0.428	0.852	0.452	0.411
IIC1	0.533	0.421	0.817	0.608
IIC2	0.654	0.441	0.861	0.643
IIC3	0.693	0.510	0.790	0.631
IIC4	0.630	0.468	0.822	0.705
PA1	0.627	0.443	0.697	0.792
PA2	0.587	0.374	0.725	0.802
PA3	0.512	0.367	0.576	0.790
PA4	0.577	0.381	0.593	0.805
PA5	0.607	0.442	0.605	0.830
PA6	0.489	0.418	0.575	0.749
PA7	0.513	0.461	0.567	0.786

Sumber: Data diolah SmartPLS (2021)

Sesudah menyelesaikan tahap pengujian evaluasi model pengukuran, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model pengukuran dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid dan reliabel. Sehingga selanjutnya, peneliti melakukan tahap selanjutnya yaitu melakukan uji evaluasi model structural atau yang disebut dengan tahap *Outer Model*. Langkah pertama adalah melakukan uji *R-Square* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel eskogen atas variabel endogan pada penelitian ini. Pada penelitian ini diketahui bahwa nilai dari *R-Square* pada penelitian ini adalah sebesar 0.716 atau 71,6% yang artinya adalah minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah sebesar 71.6% dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan (FK), pengalaman investasi (IE), dan iklan proyek (PA). Sedangkan sebesar 28,4% lainnya diindikasikan bahwa minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Dari hasil Uji Metode Struktural dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh variabel eksogen penelitian ini memiliki hubungan yang positif. Namun dalam hal ini dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan keuangan (FK) dan iklan proyek (PA) memiliki pengaruh yang signifikan sedangkan variabel pengalaman investasi (IE) memiliki pengaruh yang tidak signifikan karena memiliki nilai *T-Statistics* di bawah 1,96. Untuk penjelasan lebih dalamnya akan dibahas pada sub-bab pembahasan hasil uji hipotesis.

Tabel 9.
Hasil Pengujian Model Struktural

Hipotesis	Hubungan Variabel	Original Sample (O)	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
Hipotesis 1	PM -> MI	0.377	5.332	0.000	Positif, signifikan, H1 diterima
Hipotesis 2	PI -> MI	0.110	1.481	0.139	Positif, tidak signifikan, H2 ditolak
Hipotesis 3	IP -> MI	0.464	7.447	0.000	Positif, signifikan, H3 diterima

Sumber: Dara diolah SmartPLS (2021)

Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pada Situs Crowdfunding Syariah di Indonesia

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa pengetahuan keuangan mahasiswa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah di Indonesia. Kesimpulan ini didapatkan dari hasil pengujian *T-Statistics* dimana nilai dari variabel pengetahuan keuangan mahasiswa adalah sebesar 5.332 dan *P-Values* sebesar 0.000 yang berarti pengetahuan keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa

pada situs crowdfunding syariah di Indonesia yang juga bisa disebutkan bahwa H1 diterima. Hubungan pengaruh positif dan signifikan ini selaras dengan penelitian sebelumnya oleh Awais et al., (2016) bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan seputar keuangan seseorang dan semakin tinggi pula kemampuan dalam menganalisis informasi, seorang investor mampu meningkatkan kapasitas dan mampu melompat kepada investasi yang lebih berisiko untuk mendapatkan *return* yang lebih tinggi dengan manajemen investasinya dengan baik.

Pengaruh Pengalaman Investasi Mahasiswa Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pada Situs Crowdfunding Syariah di Indonesia

Berdasarkan jawaban dari responden didapatkan hasil bahwa pada penelitian ini bahwa pengalaman investasi memiliki hubungan yang positif namun tidak signifikan. Berdasarkan Tabel 4.23 dapat dilihat bahwa nilai *T-Statistics* untuk variabel pengalaman investasi (IE) hanya sejumlah 1.481 yang artinya adalah $<1,96$ dan *P-Values* sebesar 0.139 dimana seharusnya $<0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa H2 ditolak. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Alquraan dkk, (2016) bahwa pengalaman investasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan atas keputusan investasi seseorang. Serta penelitian lain oleh Yohnson (2008) pada penelitiannya menyebutkan bahwa *experienced regret* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

Pengaruh Iklan Proyek Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pada Situs Crowdfunding Syariah di Indonesia.

Berdasarkan hasil pengujian atas data yang telah diperoleh pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel iklan proyek (PA) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah. Artinya, semakin lengkap, informatif, akurat dan berkualitas tinggi iklan proyek tersebut akan semakin meningkatkan minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah. dari hasil uji *T-Statistics* yaitu sebesar 7.447 dimana $>1,96$ dan nilai dari *P-Values* sebesar 0,000 dimana $<0,05$. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa H3 diterima karena iklan proyek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Hu et al (2020) bahwa semakin iklan proyek crowdfunding menyajikan data yang berkualitas berupa informasi yang lengkap, akurat, diformat dengan baik, dan tepat waktu maka seseorang akan menghasilkan pikiran yang positif karena memperoleh pemahaman yang lebih dalam seputar proyek tersebut.

V. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini, dapat terdapat temuan bahwa pengetahuan keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah, Pengalaman investasi mahasiswa memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah, dan Iklan proyek memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada situs crowdfunding syariah.

Dengan demikian, beberapa saran yang dapat penulis berikan adalah bagi mahasiswa agar semakin ingin melakukan eksplorasi berbagai bentuk investasi yang sudah ada khususnya pada produk investasi syariah. Karena dari hasil responden pada penelitian ini masih banyak mahasiswa yang belum tau seputar *crowdfunding* syariah padahal sudah cukup memiliki pengetahuan keuangan yang baik berasal dari mata kuliah di universitas ataupun secara otodidak. Karena apabila proyek yang sedang menggalang dana berjalan sukses, manfaat dari website *crowdfunding* syariah akan sangat membantu proyek yang membutuhkan bantuan dana.

Bagi pengelola situs *crowdfunding* syariah, saran dari peneliti adalah meningkatkan promosi situs *crowdfunding* syariah dan meningkatkan kualitas dari layanan baik tampilan ataupun *customer service* agar lebih menarik minat calon investor. Selain itu, demi menghindari tindakan *cybercrime* maka perlu melakukan berbagai pengecekan dan pengembangan situs secara berkala. Bagi peneliti selanjutnya, saran dari peneliti adalah untuk lebih mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi pada situs *crowdfunding* syariah dan meningkatkan ruang lingkup penelitian.

Saran dari peneliti bagi *stakeholder* dalam hal ini adalah OJK, jika melihat beberapa risiko yang mungkin terjadi dalam melakukan investasi *crowdfunding* syariah, adalah untuk menentukan aturan yang kuat demi melindungi investor dari risiko yang berasal dari kelalaian seperti penipuan, tindakan *scamming* oleh pihak yang tidak bertanggungjawab, dan lain sebagainya. Bagi masyarakat umum yang ingin melakukan investasi pada situs *crowdfunding* syariah adalah dengan mengeksplorasi dan menggali terlebih dahulu situs *crowdfunding* tersebut, apakah situs tersebut sudah berizin atau diakui oleh OJK dimana saat ini merupakan *stakeholder* yang mengawasi kinerja situs *crowdfunding* syariah tersebut.

Adapun beberapa keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut; pertama, pada penelitian ini responden yang diambil adalah hanya mahasiswa dari perguruan tinggi negeri yang memiliki fasilitas galeri investasi di kampusnya di kota Surabaya; kedua, dari hasil pengujian ditemukan hipotesis yang tidak signifikan karena pada penelitian ini mayoritas berada di bawah kriteria untuk disebut berpengalaman dalam melakukan investasi; ketiga, karena penelitian menggunakan google form akan lebih sulit untuk melakukan kebenaran data responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Alquraan, T., Alqisie, A., & Al Shorafa, A. (2016). Do behavioral finance factors influence stock investment decisions of individual investors? (Evidences from Saudi Stock Market). *American International Journal of Contemporary Research*, 6(3), 159–169.
- Awais, M., Fahad Laber, M., Rasheed, N., & Khursheed, A. (2016). Impact of financial literacy and investment experience on risk tolerance and investment decisions: Empirical evidence from Pakistan. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(1), 73–79.
- Chou, S. R., Huang G. L., & Hsu H. L. (2010). Investor attitude and behavior towards inherent risk and potential in financial product. *International Research Journal of Finance and Economics*.
- Darmansyah, Fianto, B. A., Hendratmi, A., & Aziz, P. F. (2020). Factors determining behavioral intentions to use Islamic financial technology: Three competing models. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 794–812. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0252>
- Faidah, F. (2019). Pengaruh literasi keuangan dan faktor demografi terhadap minat investasi mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(3), 251. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i3.3484>
- Hardiwinoto. (2013). *Teori dan praktik keputusan investasi sektor rill dan finansial*. Semarang: Unimus Press.
- Hendratmi, A., Ryandono, M. N. H., & Sukmaningrum, P. S. (2020). Developing Islamic crowdfunding website platform for startup companies in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1041–1053. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2019-0022>
- Lacan, C., & Desmet, P. (2017). Does the crowdfunding platform matter? Risks of negative attitudes in two-sided markets. *Journal of Consumer Marketing*, 34(6), 472–479. <https://doi.org/10.1108/JCM-03-2017-2126>
- Lubis, P. K. D. (2019). Influence of knowledge investment and investment motivation against the interest of investing in the stock market on economic education status of students of state university of Medan. *Journal of Physics: Conference Series*, 1387(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1387/1/012064>
- Mishra, K. C., & Metilda, M. J. (2015). A study on the impact of investment experience, gender, and level of education on overconfidence and self-attribution bias. *IIMB Management Review*, 27(4), 228–239. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2015.09.001>
- Nagy, A., & Obenberger, W. (1994). Influencing individual behavior investor. *Financial Analysts Journal*, 50(4), 63–68. <https://doi.org/10.2469/faj.v50.n4.63>
- Nugroho, A. Y., & Rachmaniyah, F. (2019). Fenomena perkembangan crowdfunding di Indonesia. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 34-46. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.254>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Statistik fintech lending periode Januari 2021*.

- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Januari-2021.aspx>
- Putra, S. M., & Susilowati, F. D. (2020). Pengaruh popularitas proyek dan kualitas informasi proyek pada kampanye crowdfunding. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 7(November), 35–47. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v7i1.4225>
- Schwienbacher, A., & Larralde, B. (2012). Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. *SSRN Electronic Journal*, 2010. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1699183>
- Suprihati., & Pradanawati, S. L. (2020). The influence of knowledge, investment motivation and investment understanding on student interest to invest in the capital market. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(4), 1030–1038.
- Suyanti, E., & Hadi, N. U. (2019). Analisis motivasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 108-116. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i2.2352>
- Taha, T., & Macias, I. (2014). Crowdfunding and Islamic finance: A good match? In *Social Impact Finance* (pp. 113–125). https://doi.org/10.1057/9781137372697_10
- Tuyon, J., & Ahmad, Z. (2016). Behavioural finance perspectives on Malaysian stock market efficiency. *Borsa Istanbul Review*, 16(1), 43–61. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2016.01.001>
- Zheng, H., Li, D., Wu, J., & Xu, Y. (2014). The role of multidimensional social capital in crowdfunding: A comparative study in China and US. *Information and Management*, 51(4), 488–496. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.03.003>