IEFF
01.01.2022

DITERIMA
Januari 2022

DIREVISI
Januari 2022

DISETUJUI
Februari 2022

IEFF

INDEKSASI
Google Scholar

PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI RISIKO, PENGETAHUAN TERHADAP INVESTASI PADA UMKM MELALUI PLATFORM SECURITIES CROWDFUNDING SYARIAH

Gio Alpri Naldi
Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya,Indonesia.
Sri Muljaningsih
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya,Indonesia.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel motivasi, persepsi risiko, pengetahuan terhadap investasi pada umkm melalui platform securities crowdfunding syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metodel analisis regresi linear berganda. Metode pengambilan sampelnya adalah Non-Probability Sampling dengan Teknik Purposive Sampling, dan jumlah sampelnya 30 responden investor securities crowdfunding syariah . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel motivasi, persepsi risiko, pengetahuan berpengaruh simultan terhadap investor dalam berinvestasi pada UMKM melalui platform SCF Syariah. Sedangkan variabel Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap investor dalam berinvestasi pada UMKM melalui platform SCF Syariah.

Kata kunci: Investasi, Platform Securities Crowdfunding Syariah, Motivasi, Persepsi Resiko, Pengetahuan.

***Abstract*:** *This study aims to determine the effect of motivational variables, risk perception, knowledge on investment in MSMEs through the sharia securities crowdfunding platform. This study uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis method. The sampling method is Non-Probability Sampling with Purposive Sampling Technique, and the number of samples is 30 respondents of sharia securities crowdfunding investors. The results of this study indicate that the variables of motivation, risk perception, knowledge have a simultaneous effect on investors in investing in MSMEs through the SCF Syariah platform. Meanwhile, the Risk Perception variable has a negative and insignificant effect on investors in investing in MSMEs through the SCF Syariah platform.*

***Keywords*:** *Investment; Sharia Crowdfunding Platform; Motivation; Risk Perception; Knowledge*.

PENULIS KORESPONDENSI

Gio Alpri Naldi

Email: gioalprinaldi19@student.ub.ac.id
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya
Indonesia

Cite this as:

Naldi, G. A. & Muljaningsih. S. 2022. Pengaruh Motivasi, Persepsi Risiko, Pengetahuan Terhadap Investasi Pada Umkm Melalui Platform Securities Crowdfunding Syariah. Islamic Economics and Finance in Focus. Volume 01, Number 1, Pages 50-60. Universitas Brawijaya. http://dx.doi.org/10.21776/ieff.2022.01.1.05.

PENDAHULUAN

Securities crowdfunding atau yang disebut SCF selain menawarkan efek saham , SCF juga menawarkan efek obligasi atau sukuk dan kriteria penerbit diperluas bukah hanya berbentuk perusahaan perseroan dan koperasi saja namun juga bisa berbentuk CV, Firma dan sebagainya. Pada hakikatnya, securities crowdfunding hampir mirip dengan bentuk model investasi pasar modal yaitu terdiri dari penerbit, penyelenggara layanan urun dana, danpemodal/investor (sikapiuangmu.ojk.go.id, 2021). Indonesia sendiri memperkenalkan sekaligus menerapkan platform securities crwodfunding sejak 2020 dengan payung hukum otoritas jasa keuangan POJK 57 Nomor 57/POJK.04/2020 Tentang Penawaran Efek Melalui Layanan Urun Dana Berbasis Teknologi Informasi (securities crowdfunding). Pada tahun 2021 platform securities crowdfunding di Indonesia sejumlah 32 yang terdiri dari 6 penyelenggara yang sudah berizin OJK seperti Santara, Bizhare, Crowddana, Landx, Dana Saham dan Shafiq sedangkan platform securities crowdfunding yang sudah full Syariah yaitu e-Syirkah, UrunRI.id, Shafiq, Vesrora, dan Xaham.

Sejalan adanya perkembangan platform tersebut tentunya sejalan dengan adanya pertumbuhan investor yang sudah mencapai 443.694 member. Data jumlah investor telah melebihi target yang diproyeksikan yaitu 400.000 anggota (aludi.id, 2020). Penyelenggara securities crowdfunding telah berhasil mampu meningkatkan jumlah investor sejumlah 10% lebih besar dari target tahun 2021. Sedangkan pada total penerbit terdapat sejumlah 149 UMKM dan ditargetkan dapat mencapai angka 500 UMKM yang siap meluncur melakukan penawaran pendanaan securities crowdfunding di Indonesia. Dan jumlah dana yang telah terhimpun senilai Rp 253, 34 miliar dan ditagetkan dapat menghimpun dana lebih dari Rp 500 miliar pada akhir tahun 2021.

Potensi lain yang menjadikan indonesia sebagai pangsa pasar bagi perkembangan securities crowdfunding yaiutu besarnya populasi penduduk muslim. Selain itu juga, crowdfunding dan keuangan Islam dianggap cocok secara inheren (Toha dan Macias, 2014). Hal ini disebabkan bahwa keduanya memiliki karakteristik yang mirip dan pertumbuhannya yang cepat (Hassan, 2013). Argumen tersebut ditunjukan hadarinya penyelenggara securities crowdfunding berbasis syariah yaitu platform Shafiq yang menyediakan skema pendanaan investasi pada UKM dengan cara islami. Platform Shafiq adalah pemilik dari PT Shafiq Digital Indonesia merupakan securities crowdfunding Syariah pertama di Indonesia yang telah memperoleh izin usaha dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sesuai surat keputusan No. KEP -37/D.04/2021 pada 19 Agustus 2021 sehingga perusahaan Shafiq dapat mengoperasikan usaha penawaran efek melalui layanan urun dana. Pada oktober 2021, Shafiq telah melakukan penawaran sukuk pertama kali berupa proyek Instalasi fiber PT Telkom Akses dengan target pengumpulan dana sebesar Rp212.000.000.

Table 1: Perkembangan investasi pada *Platform Securities Crowdfunding* di Indonesia

Tahun	Jumlah Investor (Orang)		Nilai Investasi	
	Santara	Bizhare	Santara	Bizhare
2018	920	219	2273	3290
2019	2063	869	1651	11366

Sumber: Santara.com dan Bizhare.id 2018

Ditunjukan pada Tabel 1 bahwa *platform securities crowdfunding* mengalami peningkatan dratis dari nilai investasi dan jumlah investor. Pada platform Santara bahwa peningkatan jumlah investor senilai 124% dan nilai investasi sebesar 641% pada tahun 2019. Sejalan dengan Santara, jumlah investor pada Bizhare juga mengalami peningkatan senilai 269% dan nilai ivestasi senilai 245% pada tahun 2019. Sehingga, peningkatan trend investasi *securities crwodfunding* menunjukan meningkatnya tingkat berinvestasi para investor melalui platform securities crowdfunding syariah. Berdasarkan fenomena besarnya potensi pertumbuhan securities crowdfunding syariah, maka menjadi hal penting bagi peneliti mengambil 3 variabel yang mempengaruhi investor berinvestasi pada

UMKM melalui *platform securities crowdfunding* syariah yaitu motivasi, persepsi risiko dan pengetahuan.

Investasi adalah menanamkan atau menempatkan suatu aset, baik berupa harta maupun tunai, pada suatu yang diharapkan akan memberikan hasil pendapatan atau akan meningkatkan nilainya di masa yang akan datang (Yuliana,2020). Untuk meningkatkan minat dalam melakukan investasi perlu adanya motivasi, risiko , dan pengetahuan. Dalam sebuah penelitian terdahulu yang dilakukan (Shinta Wahyu Hati, 2019) bahwa motivasi, pengetahuan pasar modal, dan preferensi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal.

Motivasi seseorang juga berpengaruh terhadap minat dalam berinvestasi, Motivasi investasi adalah suatu keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk melakukan investasi (Pajar dan Pustikaningsih,2017). Dalam sebuah penelitian menemukan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi (Marlin, 2020).

Pengetahuan dasar mengenai investasi adalah hal yang fundamental untuk diketahui oleh investor. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh (Situmorang, 2014) bahwa investasi di pasar modal dibutuhkan pengetahuan yang cukup, pengalaman dan naluri bisnis dalam menganalisis efek-efek yang akan dibeli. Pengetahuan yang kompeten sangat dibutuhkan untuk menghindari suatu kerugian ketika berinvetasi di pasar modal. Selain itu juga, menurut Ayub (2013), sebagian masyarakat indonesia dianggap masih belum terlalu mengenal dunia investasi di pasar modal sehingga dapat terjadi persepsi yang keliru. Oleh karena itu, apabila investor memiliki pengetahuan investasi maka mempengaruhi investor berkeputusan berinvestasi yang juga mampu meningkatkan modal UMKM dan sekaligus memberikan keuntungan investor dalam menerima deviden di waktu tertentu. Dalam sebuah penelitian menemukan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi (Siahaan, 2020). Hal ini disebabkan oleh pengetahuan yang diperoleh dari aktivitas pembelajaran di kampus maupun seminar-seminar pasar modal dapat meningkatkan minat dalam berinvestasi di pasar mod (Surip, 2018).Berdasarkan uraian permasalahan dan kondisi tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian terkait investor berinvestasi pada UMKM melalui platform securities crowdfunding syariah. Dengan judul penelitian "Pengaruh Motivasi, Persepsi Risiiko, Pengetahuan Terhadap Investasi Pada UKM Melalui *Platform Securities Crowdfunding* Syariah".

KAJIAN PUSTAKA

Tinjauan umum *Securities Crowdfunding* Syariah

Menurut POJK 57 Tahun 2020, Securities Crowdfunding atau disebut SCF adalah pihak penyelenggaraan layanan penawaran efek yang dilakukan oleh penerbit untuk menjual efek secara langsung kepada pemodal melalui jaringan sistem elektronk yang bersifat terbuka. Dan sebenarnya SCF merupakan suatu perluasan dari Equity Crowdfunding (ECF) yang menawarkan efek bukan hanya saham namun juga menawarkan obligasi atau sukuk. Pada dasarnya, Securities Crowdfunding memiliki kemiripan dengan investasi pasar modal, yaitu terdapat penerbit (UMKM) , penyelenggara layanan urun dana (SCF), dan pemodal (Investor). Dan letak perbedaannya yaitu bahwa penawaran efek securities crowdfunding yang dilakukan oleh penerbiit untuk pemodal/investor melalui sistem elektronik secara online.

Teori Motivasi Konsumen

Motivasi konsumen merupakan kondisi seseorang yang mendorong kegiatan-kegiatan agar mencapai suatu tujuan (Setiadi, 2003). Adanya motivasi seseorang menggambarkan perilaku dalam mencapai sasaran kepuasan. Menurut (Wells, 1996) motivasi sebagai titik awal dari semua perilaku konsumen yang merupakan proses seseorang dalam mewujudkan kebutuhan dan memulai kegiatan untuk memperoleh suatu kepuasan. Sedangkan Schiffman dan Kanuk (1994) mengungkapan bahwa motivasi sebagai kekuatan dorongan dari dalam diri seseorang yang telah memaksa untuk bertindak. Kekuatan dorongan tersebut dihasilkan dari suatu tekanan yang diakibatkan oleh belum atau tidak terpenuhnya kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Lalu secara bersama-sama dengan proses kognitif (berfikir) dan pengetahuan yang sebelumnya

didapat, maka dorongan akan menimbulkan perilaku untuk mencapai tujuan atau pemenuhan kebutuhan.

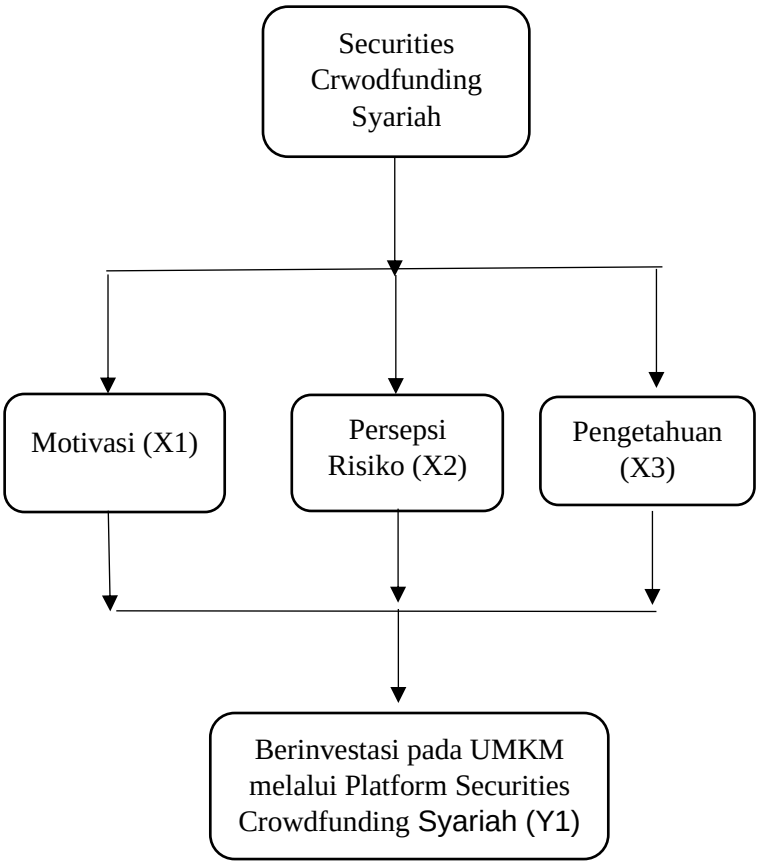
Teori Persepsi Risiko

Persepsi risiko adalah bentuk ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen ketikan mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi yang mungkin dialami dari keputusan pembelian mereka (Schiffmanet al. 2015). Hasil dari keputusan pembelian yang sering kali tidak pasti tersebut, membuat konsumen merasakan adanya tingkat risiko tertentu dalam keputusan pembeliannya. Penilaian subjektif oleh seseorang terhadap kemungkinan dari sebuah kejadian (risiko) kecelakaan dan seberapa khawatir individu dengan konsekuensi atau dampak yang ditimbulkan kejadian tersebut (Suhir M, 2014). Persepsi risiko investasi pada pasar modal ini lebih menekankan kepada anggapan atau gambaran negatif investor mengenai investasi pada UMKM melalui Platform Securities Crowdfunding Syariah.

Teori Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen terkait macam-macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sumarwan, 2011). Pengetahuan konsumen tentu akan mempengaruhi suatu keputusan pembelian. Para ahli psikologi kognitif membagi dua pengetahuan yaitu pengetahuan deklaratif (declarative knowledge) dan pengetahuan prosedur (procedural knowledge). Pengetahuan deklaratif merupakan fakta subjektif yang diketahui oleh seseorang, maksud dari subjektif yaitu pengetahuan seseorang tersebut mungkin tidak selalu harus sesuai dengan realitas yang sebenarnya.

Kerangka Pikir Penelitian



GAMBAR 1. KERANGKA PIKIR PENELITIAN

Pengembangan Hipotesis

H1 : Motivasi (X1) berpengaruh positif terhadap Investasi (Y) pada UMKM melalui Platform Securities Crowdfunding Syariah.
H2 : Persepsi Risiko (X2) berpengaruh positif terhadap Investasi (Y) pada UMKM melalui Platform Securities Crowdfunding Syariah. .
H3 : Pengetahuan (X3) berpengaruh positif terhadap Investasi (Y) pada UMKM melalui Platform Securities Crowdfunding Syariah.

METODE

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu data dalam bentuk angka, mulai dari proses pengumpulan data, hingga visualisasi hasil penelitian. Metode kuantitatif merupakan metode yang didasarkan pada realitas, gejala maupun fenomena yang dapat teramati dan terukur serta memiliki hubungan sebab akibat yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2010).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan oleh peneliti terhadap Investpr yang pernah berinvestasi pada UMKM melalui *platform securities crowdfunding* syariah dengan penelitian yang berjudul pengaruh motivasi, persepsi risiko, pengetahuan terhadap investasi pada umkm melalui *platform securities crowdfunding* syariah. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 3 januari 2022 hingga 3 Februari 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah investor yang berinvestasi di *platform securities crowdfunding* Syariah dengan lokasi tidak diketahui karena alokasi investasi SCF oleh investor dilakukan secara online. penelitian ini menggunakan 30 sampel dikarenakan 30 sampel sudah dapat memenuhi kriteria minimum responden dalam suatu penelitan. Oleh karena itu, pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuisioner kepada 30 responden dengan kriteria responden yang sudah ditentukan sebelumnya. Sampel dalam penelitian ini adalah investor *securities crowdfunding* syariah.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.Data Primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016). Peneliti memperoleh data primer dari kuisioner yang telah diisi oleh responden. Hal ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh motivasi,persepsi risiko ,pengetahuan terhadap investasi pada UMKM melalui *platform securities crowdfunding* syariah. Selama waktu tersebut peneliti berhasil mendapatkan 30 investor yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan dengan menggunakan metode purposive sampling dan ada 8 investor yang dibuang karena tidak sesuai kriteria yang ditentukan. Sehingga data ini sudah dapat diolah lebih lanjut karena sudah mencukupi data yang seharusnya diperlukan.

Instrumen Penelitian

Metode skala Likert Summated Rating (LSR) adalah skala yang bertujuan mengukur Motivasi (X1), Persepsi Risiko (X2) , Pengetahuan (X3) , Investasi (X4) investor dalam berinvestasi pada UMKM melalui platform securities crowfunding Syariah. Dengan menggunakan skala ini, variabel bebas yang diukur akan dijelaskan menjadi indikator variabel (Rismantari, 2020). Didalam kepenulisan lain skala likert adalah skala yang didesain untuk menilai sejauh mana responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan, dalam hal ini tipe data yang digunakan adalah tipe skala (Fauzi, 2009).Skala ini menggunakan alternatif pilihan 1 sampai 5 sebagai ketentuan jawaban penentuan skala yang memiliki bobot yang nilai sebesar**.**

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk proses analisis data. Analisis regresi linear berganda merupakan metode untuk mempelajari fenomena yang mencakup lebih dari dua variabel termasuk variabel tidak bebasnya (Y) (Walujo, 2015).

1.Uji Validitas

Uji validitas mengukur valid atau tidak suatu kuisioner (Ghozali, 2009).Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item terebut dinyatakan tidak valid

(Sugiyono, 2016).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur yang melihat konsistensi responden dalam menjawab setiap butir pertanyaan di kuisioner (Wartiani, 2020).Sedangkan dalam pengertian lainnya, uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari perubah atau konstruk (Ghozali, 2009).Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam melakukan uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Alpha Cronbach dikarenakan intrumen penelitian berbentuk kuisioner (Omaida, 2019).

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis statistik dengan regresi berganda untuk melihat seberapa pengaruh satu atau beberapa variabel bebas (independen), yaitu motivasi (X1), persepsi risiko , pengetahuan (X2) terhadap variabel terikat(dependen), yaitu investasi (Y). Metode regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS. Adapun model persamaan yang digunakan adalah:

$Y = a + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \varepsilon$

Keterangan :

Y = Investasi

a = Konstanta

β1-β3 = Koefisien regresi berganda

X1= Motivasi

X2= Persepsi risiko

X3= Pengetahuan

ε = Standard error

Terdapat beberapa tahap dalam melakukan uji regresi linear berganda, yakni sebagai berikut :

1. Uji Normalitas
2. Uji Multikolinearitas
3. Uji Heteroskedastisitas
4. Uji Hipotesis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Selama waktu tersebut peneliti berhasil mendapatkan 30 investor yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan dengan menggunakan metode purposive sampling dan ada 8 investor yang dibuang karena tidak sesuai kriteria yang ditentukan. Berdasarkan hasil data bahwa kategori responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki dengan presentasi sebesar 80% yaitu sebanyak 24 orang dan perempuan sebesar 20% yaitu sebesar 6 orang. Karyawan Swasta memiliki andil yang paling besar pada penelitian ini yaitu sebesar 53% dari seluruh responden atau sebanyak 16 Orang. Sedangkan yang lainnya yaitu PNS sebesar 13%, Pegawai BUMN 10%, Mahasiswa/I sebesar 7% dan lainnya sebesar 17%.

Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil uji dengan bantuan software SPSS diketahui ada 19 butir pernyataan yang valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361) , sementara ada 3 butir pernyataan yang tidak valid karena r hitung lebih kecildari r tabel (0,361) sehingga 3 butir pernyataan di drop out dan tidak diikut sertakan dalam uji reliabilitas. Saat uji reliabilitas diketahui bahwa nilai Alpha Cronboach(α) sebesar 0,934 yang menunjukkan lebih dari 0,6. Maka, hal tersebut mengartikan bahwa semua indikator yang digunakan pada penelitian ini sudah reliabel.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh persamaan regresi linier berganda sebaga berikut:

$Y= 1381,799 + 0,440 X1 – 0,208 X2 + 0,275 X3$

Dari persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

1.Konstanta (a) sebesar 1381,799, hal ini memunjukan bahwa walaupun variabel motivasi ,persepsi risiko, dan pengetahuan bernilai nol maka variabel investasi sebesar 1381,799.

2. Koefisien (β1) sebesar 0,440 > 0. Hal ini menunjukan bahwa variabel motivasi (X1) berpengaruh positif terhadap variabel investasi (Y). Jika variabel motivasi meningkat maka variabel investasi juga akan meningkat, demikian sebaliknya.

3.Koefisien (β2) sebesar -0,208 < 0. Hal ini menunjukan bahwa variabel persepsi risiko (X3) berpengaruh negatif terhadap investasi (Y). Jika variabel persepsi risiko meningkat

maka investasi akan berkurang, demikian sebaliknya.

4. Koefisien (β3) sebesar 0,275 >0. Hal ini menunjukan bahwa variabel pengetahuan (X3) berpengaruh positif terhadap variabel investasi (Y). Jika variabel pengetahuan meningkat maka variabel investasi juga akan meningkat, demikian sebaliknya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pendekatan Kolomogrov-Smirno

Tabel 2: Uji Kolomogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1303.30459073
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.122
	Negative	-.101
Test Statistic		.122
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data olahan SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 2 uji normalitas Kolomogorov-Simirnov didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,20 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Hasil uji Multikolinearitas sebagai berikut:

1.Nilai VIF dari variable motivasi (X1), persepsi risiko (X2) , dan pengetahuan (X3) lebih kecil atau dibawah 10 (VIF <10), hal ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variable independent dalam model regresi.

2. Nilai Tolerance dari variable motivasi (X1), persepsi risiko (X2) , dan pengetahuan (X3) lebih besar atau diatas 0,1 (tolerance value>0,1), hal ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variable independent dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan terlihat bahwa model regresi tidak mengarah adanya heteroskedasitas. Hal ini ditunjukan bahwa tingkat siginifkansi dari ketiga variabel lebih besar dari 0,05, dimana tingkat signifikansi variabel motivasi (X1) sebesar 0,324, tingkat signifikansi variabel persepsi risiko (X2) sebesar 0,102 dan tingkat signifikansi variabel pengetahuan (X3) sebesar 0,078.

Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 30 dan jumlah keseluruhan variabel (k) adalah 4. Nilai F_{hitung} diperolah menggunakan SPSS, kemudian dibandingankan dengan F_{tabel} pada tingkat a = 5% = 2,98

Tabel 3: Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115953340.536	3	38651113.512	20.401	.000[b]
	Residual	49259482.831	26	1894595.493		
	Total	165212823.367	29			
a. Dependent Variable: Investasi						
b. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Motivasi, Persepsi Risiko						

Sumber: Data Primer Diolah,2022

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah 20,401 dengan tingkat signifikansi 0,000 sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% (a=0,05) adalah 2,98. Oleh karena itu nilai F_{hitung} (20,401) > F_{tabel} (2,98) dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05 menunjukan bahwa variable motivasi, persepsi risiko, dan pengetahuan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel investasi. Maka hasil pengujian hipotesis pada uji F adalah H_a diterima dan H_o ditolak.

b. Uji T (Parsial)

Tingkat kesalahan (a)= 5% dan derajat kebebasan (df) = (n-k) = 30-4 =26. Sehingga nilai t_{tabel} yang digunakan adalah 2,055.

Tabel 4: Hasil Uji T

Coefficients[a]					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1381.799	1673.307		.826	.416
	Motivasi	.440	.141	.638	3.125	.004
	Persepsi Risiko	-.208	.154	-.300	-1.352	.188
	Pengetahuan	.275	.099	.521	2.794	.010
a. Dependent Variable: Investasi						

Sumber: Data Primer Diolah,2022

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa:

1.Koefisien (β_1) sebesar 0,440 >0, dengan nilai t_{hitung} (3,125) > t_{tabel} (2,055) dan signifikan (0,004)< 0,05. Dengan demikian variabel motivasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel investasi (Y). Artinya jika variabel motivasi ditingkatkan maka variabel investasi (Y) akan meningkat signifikan, demikian sebaliknya.

2. Koefisien (β_2) sebesar -0,208 <0, dengan nilai t_{hitung} (-1,352) < t_{tabel} (2,055) dan signifikan (0,188)>0,05. Dengan demikian variabel persepsi risiko (X1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel investasi (Y). Artinya jika variabel persepsi risiko ditingkatkan maka variabel investasi (Y) berkurang dan tidak signifikan, demikian sebaliknya.

3. Koefisien (β_3) sebesar 0,275.0, dengan nilai t_{hitung} (2,794) > t_{tabel} (2,055) dan signifikan (0,010) <0,05. Dengan demikian variabel pengetahuan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel investasi (Y). Artinya jika variabel pengetahuan ditingkatkan maka variabel investasi (Y) akan meningkat signifikan, demikian sebalinya.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Table 5 : Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.838[a]	.702	.667	1376.44306	2.093
a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Motivasi, Persepsi Risiko					
b. Dependent Variable: Investasi					

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa adjusted *R square* sebesar 0,667 berari 66,7% variasi variable investasi dapat dijelaskan oleh variabel motivasi, persepsi risiko, pengetahuan sedangkan sisanya 33,3% dijelaskan oleh factor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Hubungan antar Variabel X dan Y

Pengaruh Variabel Motivasi, Persepsi Risiko Dan Pengetahuan Terhadap Variabel Investasi

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa nilai Fhitung 20,401 > Ftabel (2,98) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian variable motivasi (X1), persepsi risiko (X2), dan pengetahuan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable investasi (Y).. Berdasarkan uji serempak yang dilakukan ditemukan bahwa variabel motivasi memberikan kontribusi terbesar dalam peningkatan investasi para investor karena motivasi sebagai titik awal dari perilaku investor dalam mewujudkan kebutuhan dan memperoleh kepuasan (Wells, 1996), jika investor tidak mempunyai motivasi apapun tentang investasi, maka tidak akan mendorong investor untuk melakukan investasi. Terdapat pada sebuah penelitian yang menghasilkan kesimpulan selaras dengan hasil penelitian ini yaitu penelitian oleh (Shinta Wahyu Hati, 2019) bahwa motivasi, pengetahuan pasar modal, dan preferensi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal.

Pengaruh Variabel Motivasi Terhadap Variabel Investasi

Hasil penelitian menunjukan bahwa Koefisien (β1) sebesar 0,440 >0, dengan nilai thitung (3,125) > ttabel (2,055) dan signifikan (0,004)< 0,05. Dengan demikian variabel motivasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel investasi (Y). Artinya jika variabel motivasi ditingkatkan maka variabel investasi (Y) akan meningkat signifikan, demikian sebaliknya. Schiffman dan Kanuk (1994) menyatakan bahwa motivasi sebagai kekuatan dorongan dari dalam diri individu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan. Kekuatan dorongan tersebut dihasilkan dari suatu tekanan yang diakibatkan oleh belum atau tidak terpenuhnya kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Oleh karena itu, munculnya kekuatan dorongan investor dari berbagai faktor-faktor seperti motivasi berinvestasi agar menjadi bagian dari pemilik UMKM, memperoleh keuntungan tinggi dan resiko rendah, investor lain berpindah ke platform SCF Syariah, menjalin relasi, dan adanya keamanan data pribadi yang telah memiliki pengaruh terhadap investasi pada UMKM melalui platform Securities Crowdfunding Syariah.

Pada hasil penemuan ini juga sejalan pada asumsi preferensi konsumen yang dikemukakan oleh Hoetoro (2018), salah satunya adalah konsumen pasti ingin barang yang dipilih akan memberinya manfaat. Oleh sebab itu memiliki banyak barang menjadi lebih disukai daripada sedikit sebab hal ini berarti memberi konsumen lebih banyak utilitas. Dalam hal ini, bahwa investor memiliki motivasi yang memberinya manfaat dalam mencapai suatu utilitas atau kepuasan. Terdapat pada sebuah penelitian yang menghasilkan kesimpulan selaras dengan hasil penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Khairul Marlin (2020) yang menghasilkan bahwa secara parsial motivasi investasi berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap minat investasi.

Pengaruh Variabel Persepsi Risiko Terhadap Variabel Investasi

Hasil penelitian menunjukan bahwa Koefisien (β2) sebesar -0,208 <0, dengan nilai thitung (-1,352) < ttabel (2,055) dan signifikan (0,188)>0,05. Dengan demikian variabel persepsi risiko (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel investasi (Y). Artinya jika variabel persepsi risiko ditingkatkan maka variabel investasi (Y) berkurang dan tidak signifikan, demikian sebaliknya. Hal ini sejalan yang diungkapkan oleh Suhir M (2014) bahwa penilaian subjektif oleh seseorang terhadap kemungkinan dari sebuah kejadian (risiko) kecelakaan dan seberapa khawatir individu dengan konsekuensi atau dampak yang ditimbulkan kejadian tersebut. Dan persepsi terhadap risiko investasi pasar modal ini lebih menekankan kepada anggapan atau gambaran negatif investor mengenai investasi pada UMKM melalui Platform Securities Crowdfunding Syariah. Sehingga apabila terjadi resiko bahkan sampai resikonya besar maka investasi semakin berkurang apalagi metode investasi ini masih baru yang berpengaruh terhadap kepercayaan para investor.Terdapat pada sebuah penelitian yang menghasilkan kesimpulan yang berbeda dengan hasil penelitian ini yaitu persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap investasi (Surip, 2018). Tidak berpengaruh signifikan pada penelitian ini yaitu bahwa investor tidak mempertimbangkan alokasi keuntungan atau kerugian yang sesuai harapan, jaminan kehalalan investasi SCF syariah, terhindar dari penipuan dan ketidakjelasan dan durasi lama dalam memperoleh deviden.

Pengaruh Variabel Pengetahuan Terhadap Variabel Investasi

Hasil penelitian menunjukan bahwa Koefisien (β3) sebesar 0,275.0, dengan nilai thitung (2,794) > ttabel (2,055) dan signifikan (0,010) <0,05. Dengan demikian variabel pengetahuan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel investasi (Y). Artinya jika variabel pengetahuan ditingkatkan maka variabel investasi (Y) akan meningkat signifikan, demikian sebaliknya. Pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sumarwan, 2011) dan pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Terkait pernyataan tersebut, sehingga apabila investor

memiliki pengetahuan yang cukup terkait produk atau jasa mengenai investasi pada UMKM melalui platform SCF Syariah maka akan meningkatkan investasi para investor. Hal ini terbukti pada jawaban responden bahwa mengetahui mulai dari informasi tata cara dan prosedur investasi, intrumen investasi (sukuk dan saham syariah), risk dan return deviden yang diperoleh, proses pengelolaan investasi oleh pihak penyelenggara dan mengetahui kehalalan investasi SCF Syariah.Penemuan tersebut juga sejalan dengan literasi keuangan syariah yang merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, kemampuan serta sikap untuk mengelola sumber keuangannya agar sesuai dengan ajaran islam (Siti Hafidzah Abdul,2016). Artinya, investor yang memiiki pengetahuan terkait investasi SCF Syariah ini termasuk menjadi bagian berliterasi keuangan syariah. Terdapat pada sebuah penelitian yang menghasilkan kesimpulan selaras dengan hasil penelitian ini yaitu pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi (Siahaan, 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi, persepsi risiko, dan pengetahuan memilliki pengaruh simultan terhadap investor dalam berinvestasi pada UMKM melalui platform SCF Syariah.
2. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap investor dalam berinvestasi pada UMKM melalui platform SCF Syariah artinya semakin besar motivasi maka akan besar pula investor dalam berinvestasi, dan sebaliknya
3.Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap investor dalam berinvestasi pada UMKM melalui platform SCF Syariah artinya semakin besar persepsi risiko maka investor dalam berinvestasi menurun, dan sebaliknya.
4. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap investor dalam berinvestasi pada UMKM melalui platform SCF Syariah artinya semakin besar pengetahuan maka investor dalam berinvestasi meningkat, dan sebaliknya.

Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, Adapun saran yang bis disampaikan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

a) Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan acuanuntuk pembuatan penelitian selanjutnya. Serta menjadi sumber wawasan baru dalam proses pembelajaran dan dokumentasi pihak kampus.
b) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel independen yang lebih relevan dalam memengaruhi investor dalam berinvestasi pada UMKM melalui Platform Securities Crowdfunding Syariah . Dikarenakan dalam penelitian ini masih terdapat 33,3% variabel lain diluar model yang memengaruhi variabel dependen. Selain itu, penambahan variabel yang berbeda juga ditujukan untuk memperkaya kajian dalam dunia ekonomi.
c) Bagi pemerintah dan perusahaan Securities Crowdfunding Syariah diharapkan lebih menggalakkan kampanye dan sosialisasi mengenai pentingnya Investasi Securities Crowdfunding Syariah baik melalui seminar maupun media sosial, sehingga terjadi peningkatan wawasan mengenai Investasi SCF Syariah yang akan berbanding lurus dengan presentase investor dalam berinvestasi dalam model Investasi SCF Syariah.

IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukanan implikasi sebagai berikut:
1.Motivasi, persepsi resiko dan pengetahuan mempunyai pengaruh terhadap investor dalam berinvetasi SCF syariah. Investor dengan Motivasi, persepsi resiko dan pengetahuan yang tinggi tentu memiliki daya investasi yang tinggi dibandingkan motivasi, persepsi resiko dan pengetahuan yang rendah. Sehingga, diperlukan stakeholder platfrom SCF syariah dapat menumbuhkan motivasi, persepsi resiko dan pengetahuan pada investor.
2.Motivasi punya pengaruh terhadap investor dalam berinvestasi SCF syariah. Motivasi yang tinggi tentu memiliki daya investasi yang tinggi pula.

3.Persepsi risiko punya pengaruh negatif terhadap investor dalam berinvestasi SCF syariah. Artinya, persepsi risiko besar tentu daya investasi justru menurun.
4.Pengetahuan punya pengaruh terhadap investor dalam berinvetasi SCF syariah. Pengetahuan yang tinggi tentu memiliki daya investasi yang tinggi.

KETERBATASAN PENELITIAN

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:
1.Jumlah responden hanya 30 orang, tentu masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2.Data penelitian belum bisa mengambil langsung dari platform karena platform merasa data yang saya perlukan adalah data privasi.

DAFTAR PUSTAKA

aludi.id. (2020). Retrieved from Perkembangan Securities Crowdfunding di Indonesia: https://aludi.id/uploads/artikel/Perkembangan_Securities_Crowdfunding_di_Indonesia-1.pdf

Fauzi, M. (2009). In M. P. Pengantar. Semarang: Walisongo Press.

Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hassan, B. &. (2013). *Perceiving Success among Sharia Compliant Crowdfunding Social Entrepreneurs.* Revue de Gestion et d'Economie .

Marlin, K. (2020). Pengerahu Pengetahuan Investasi, Persepsi Return, Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Galeri Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Indonesia*.

Omaida, R. R. (2019). In A. V.-V. Malang). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB.

Setiadi, N. J. (2003). In *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Startegi dan Penelitian Pemasaran.* Jakarta: Prenda Media.

Shinta Wahyu Hati, W. S. (2019). Pengetahuan, Kepercayaan, Informasi, dan Teknologi yang Mempengaruhi Motivasi Masyarakat Dalam Investasi Menggunakan Crowdfunding Syariah. *Journal of Business Administration*.

sikapiuangmu.ojk.go.id. (2021).

Situmorang, M. A. (2014). *Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Pemahaman Investasi dan Usia sebagai Variabel Moderate.* Riau University.

Sugiyono. (2010). *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2016). In K. d. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT. Elex Media Komputindo.

Sumarwan, U. (2011). In *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.*

Surip, M. F. (2018). *Jurnal SWOT, Pengaruh pengetahuan investasi, persepsi risiko, dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat investasi saham*.

Walujo, D. A. (2015). In B. d. Metodologi Penelitian. Kuantitatif Sosial. Surabaya: Unesa University Press.

Wartiani, E. (2020). In A. F.-F. Malang. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB.

Wells, W. a. (1996). In C. Behavior. New York: John Willey & Sons, Inc.