



## Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Platform, dan Akuntabilitas Perusahaan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Fintech Crowdfunding* Kitabisa di Karawang

Siti Nuraeni Meida Yanti<sup>1</sup>, Sihabudin<sup>2\*</sup>, Robby Fauji<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia

\*Penulis korespondensi: [sihabudin@ubpkarawang.ac.id](mailto:sihabudin@ubpkarawang.ac.id)

**Abstract.** *This study discusses the influence of trust, platform ease of use, and business accountability on public interest in the Kitabisa.com fintech crowdfunding platform in Karawang. Using a quantitative approach with a survey method, this study involved 112 participants, analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS) with the aid of SmartPLS 4.0. The results indicate that all three variables trust, ease of use, and accountability have a significant impact on user interest. Among these variables, accountability proved to be the most dominant factor in influencing user interest. The model used in this study explained 53.0% of the variation in user interest, reflected in the R-square value of 0.530. These findings emphasize that transparency, trust, and ease of service are key components in encouraging public participation and use of the fintech crowdfunding platform. Therefore, to increase user interest, it is essential for platform providers to focus on improving accountability and ease of access, as well as building trust with users through better transparency in platform management and oversight.*

**Keywords:** *Business Accountability; Fintech Crowdfunding; Platform Ease of Use; Trust; User Interest*

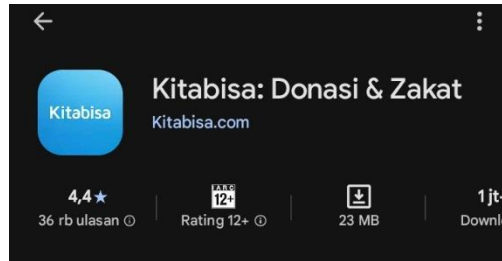
**Abstrak.** Penelitian ini membahas pengaruh kepercayaan, kemudahan platform, dan akuntabilitas bisnis terhadap minat masyarakat pada platform *fintech crowdfunding* Kitabisa.com di Karawang. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, penelitian ini melibatkan 112 peserta yang dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel kepercayaan, kemudahan, dan akuntabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pengguna. Di antara ketiga variabel tersebut, akuntabilitas terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat pengguna. Model yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan 53,0% variasi minat pengguna, yang tercermin pada nilai *R-square* sebesar 0,530. Temuan ini menegaskan bahwa transparansi, kepercayaan, dan kemudahan layanan merupakan komponen penting dalam mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dan menggunakan platform *fintech crowdfunding*. Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat pengguna, penting bagi penyedia platform untuk fokus pada peningkatan akuntabilitas dan kemudahan akses serta membangun kepercayaan dengan pengguna melalui transparansi yang lebih baik dalam pengelolaan dan pengawasan platform.

**Kata kunci:** Akuntabilitas Bisnis; *Fintech Crowdfunding*; Kemudahan Platform; Kepercayaan; Minat Pengguna

### 1. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan internet yang pesat mendorong munculnya berbagai inovasi teknologi keuangan (*fintech*), termasuk layanan pembayaran digital, *peer-to-peer lending*, investasi online, dan *crowdfunding* (Fifaldyovan & Supriyanta, 2021). *Crowdfunding* pertama kali hadir di Indonesia sejak 2012 melalui platform seperti Kitabisa.com, Wujudkan.com, dan Amarnya. Menurut data OJK, hingga 2024 volume transaksi di sektor *crowdfunding* telah tumbuh puluhan persen secara tahunan, menjadikannya instrumen keuangan berkelanjutan yang semakin diminati masyarakat.

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan *crowdfunding*, didukung oleh tingginya toleransi sosial masyarakat. Kitabisa.com merupakan platform donasi terbesar di Indonesia dengan lebih dari 1 juta unduhan dan rating 4,4 bintang pada tahun 2025.



**Gambar 1** rating 4,4 kitabisa

Sumber : Google Playstore

Fluktuasi donasi terjadi pada periode 2021–2025 sebagaimana disajikan pada Tabel 1. mengindikasikan adanya faktor-faktor dinamis yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan platform tersebut.

**Tabel 1** jumlah donasi kitabisa.com tahun 2021-2025

Tahun	Jumlah (Rp)
2021	1.120.364.503.450
2022	861.589.958.481
2023	600.000.000.000
2024	792,667,938,648
2025	864,119,282,018

Sumber : Laporan keuangan Audit Kitabisa.com

Pada tahun 2021, total donasi mencapai puncaknya sebesar Rp1,12 triliun, didorong oleh tingginya solidaritas masyarakat di masa pandemi *COVID-19*. Donasi kemudian menurun menjadi Rp861,5 miliar (2022) dan Rp600 miliar (2023), sebelum kembali pulih menjadi Rp792,6 miliar (2024) dan Rp864,1 miliar (2025).

Tiga elemen utama yang diduga memengaruhi minat penggunaan platform adalah kepercayaan, kemudahan platform, dan akuntabilitas perusahaan. Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa dana dikelola secara transparan, kemudahan menyangkut kemudahan transaksi, sedangkan akuntabilitas mencerminkan transparansi pelaporan dana oleh platform (Hapsari & Kurnia Rina Ariani, 2025). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan, keamanan, dan akuntabilitas meningkatkan minat berdonasi (Irawan *et al.*, 2022). Meskipun penelitian lain menemukan bahwa kemudahan tidak selalu berpengaruh signifikan (Sri Mutia Fazira, Imsar, 2025). Landasan hukum penelitian ini mengacu pada UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan transaksi elektronik sebagaimana telah diubah dengan UU

No. 19 Tahun 2016, yang mewajibkan setiap transaksi elektronik menjamin keandalan dan keamanan sistem.

Sebagai salah satu platform *fintech crowdfunding*, Kitabisa.com semakin diminati oleh pengguna internet, tetapi ada beberapa hal yang memengaruhi minat tersebut. Diduga faktor yang mendorong minat pengguna adalah kepercayaan terhadap keamanan, kemudahan transaksi, dan akuntabilitas perusahaan dalam mengelola dana donasi. Akibatnya, tujuan dari studi ini ialah guna menentukan pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan akuntabilitas perusahaan terhadap minat masyarakat Karawang dalam berdonasi melalui platform *crowdfunding* Kitabisa.com.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu manajemen keuangan. Secara praktis, hasil penelitian ini bermanfaat bagi Pengelola Kitabisa.com sebagai bahan evaluasi strategi dalam meningkatkan akuntabilitas, kepercayaan, dan kemudahan platform, dan untuk meningkatkan literasi digital dalam memilih platform donasi yang terpercaya.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Manajemen keuangan**

Manajemen keuangan mencakup aspek pendanaan, perolehan, dan pengelolaan aset perusahaan, menurut Horne dan Wachowicz (2008) dalam Azzahra *et al.* (2024). Manajemen keuangan bertanggung jawab untuk menyusun keputusan finansial yang baik dan strategis guna memastikan sumber daya dimanfaatkan secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan (Sudiantini *et al.*, 2023). Dalam konteks ini, penetapan tujuan keuangan yang terukur menjadi tolak ukur keberhasilan pengelolaan, di mana tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai bagi pemiliknya sebagaimana tercermin dari kepemilikan saham (Wenno *et al.*, 2024).

### **Technology acceptance model (TAM)**

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan model yang digunakan untuk memahami adopsi teknologi oleh pengguna. Menurut Altinpulluk dan Kesim, (2021) dalam Trisanti (2024), *TAM* dikembangkan dari teori psikologis yang menjabarkan perilaku pengguna berdasarkan rasa yakin, sikap, niat, serta keterkaitan antar perilaku mereka dalam menerima teknologi komputer. *TAM* mengungkapkan bahwa individu cenderung menggunakan sistem yang dianggap mudah digunakan, sehingga kemudahan penggunaan menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pengguna dalam berinteraksi dengan platform seperti *crowdfunding* (Um, 2024).

## **Kepercayaan**

Menurut Ba & Pavlou (2002) dalam Salsabila & Hasbi (2021) kepercayaan adalah evaluasi hubungan antar pihak yang bertransaksi berdasarkan keyakinan dalam kondisi ketidakpastian, di mana pengguna mengharapkan hasil yang menguntungkan meskipun terdapat risiko. Achsien & Purnamasari (2016) dalam Tarigan (2023) menambahkan bahwa kepercayaan sangat memengaruhi keputusan individu untuk berdonasi, karena mereka meyakini dana akan dikelola secara adil. Kepercayaan pada sumber informasi juga terbukti berdampak signifikan terhadap *purchase intention* (Ariningsih, 2022). Mengacu pada Kotler dan Keller (2021) dalam Dasser *et al.* (2024), terdapat empat dimensi kepercayaan konsumen, yakni: 1) *Benevolence* (ketulusan); 2) *Ability* (kemampuan); 3) *Integrity* (integritas); dan 4) *Willingness to depend* (kesediaan untuk bergantung).

## **Kemudahan**

Davis (1989) melalui TAM memperkenalkan konsep kemudahan penggunaan sebagai keyakinan individu bahwa menggunakan suatu sistem tidak membutuhkan upaya besar. Jogyanto (2019) dalam Ramalda *et al.* (2023) menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mampu menekan upaya seseorang dalam mempelajari teknologi, sehingga sistem yang sulit dioperasikan cenderung ditinggalkan pengguna (Putri & Ompusunggu, 2025). Persepsi kemudahan juga berdampak pada efisiensi waktu dan sumber daya pengguna (Lestari *et al.*, 2023). Mengacu pada Pratiwi *et al.* (2017) dalam Ramalda *et al.* (2023), indikator kemudahan penggunaan meliputi: 1) pemanfaatan yang mudah dipelajari; 2) interaksi yang jelas dan mudah dimengerti; 3) interaksi yang tidak memerlukan upaya besar; dan 4) mudah dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan.

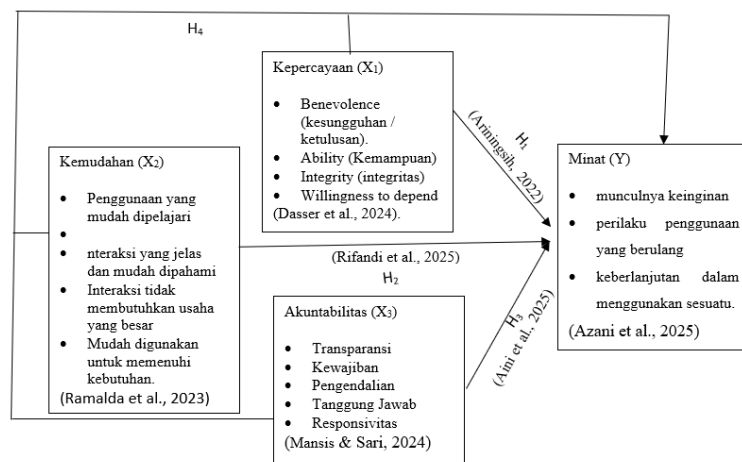
## **Akuntabilitas**

Mardiasmo (2018) dalam Irfansyah *et al.*, (2023) mendefinisikan akuntabilitas publik sebagai kewajiban agen (pemegang amanah) untuk mempertanggungjawabkan seluruh tindakannya kepada *principal* yang berhak meminta pertanggungjawaban. Julkarnain (2018) dalam Sabili *et al.*, (2023) menambahkan bahwa akuntabilitas adalah proses penyampaian informasi yang sesuai dengan keadaan sebenarnya, termasuk penelusuran jika terjadi ketidaksesuaian. Implementasi prinsip akuntabilitas melalui transparansi, pengendalian internal, dan pelaporan keuangan yang berkualitas sangat penting untuk menjaga kepercayaan donatur dan mencegah penyalahgunaan (Karim *et al.*, 2025). Vima Faradilah, Umi Arifah (2022) dalam Mansis & Sari, (2024) menyebutkan lima indikator akuntabilitas, yaitu: 1) transparansi; 2) kewajiban; 3) pengendalian; 4) tanggung jawab; dan 5) responsivitas.

## Minat

Nicoletti (2017) dalam Auralia *et al.* (2022) mendefinisikan minat sebagai intensitas keinginan atau dorongan kuat individu untuk memanfaatkan sebuah aplikasi, yang muncul ketika seseorang memiliki pengalaman positif dengannya. Wibowo (2008) dalam Vidyasari & Polytechnic (2023) menjelaskan minat pemanfaatan kembali (*user's continuance intention*) sebagai kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Putri *et al.* (2020) dalam Azani *et al.* (2025) menambahkan bahwa minat adalah kecenderungan individu untuk mengarahkan perhatiannya pada suatu hal yang memberikan kepuasan. Indikator minat meliputi: 1) munculnya keinginan; 2) perilaku penggunaan yang berulang; dan 3) keberlanjutan dalam menggunakan

## Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian



**Gambar 2.** Kerangka Penelitian

Dari kerangka pemikiran terkait, berikut perumusan dari hipotesis studi:

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh parsial antara Kepercayaan (X<sub>1</sub>) terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Fintech Crowdfunding* Kitabisa di Karawang.

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh parsial antara Kemudahan Platform (X<sub>2</sub>) terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Fintech Crowdfunding* Kitabisa di Karawang.

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh parsial antara Akuntabilitas Perusahaan (X<sub>3</sub>) terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Fintech Crowdfunding* Kitabisa di Karawang.

H<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh simultan antara Kepercayaan (X<sub>1</sub>), Kemudahan Platform (X<sub>2</sub>), dan Akuntabilitas Perusahaan (X<sub>3</sub>) terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Fintech Crowdfunding* Kitabisa di Karawang.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengukuran skala likert 1–5, berfokus pada pengaruh kepercayaan, kemudahan platform, dan akuntabilitas perusahaan terhadap minat masyarakat menggunakan *fintech crowdfunding* Kitabisa. Populasi penelitian adalah masyarakat kabupaten Karawang yang mengetahui atau mengenal platform Kitabisa, baik sebagai pengguna aktif maupun calon pengguna potensial. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 112 responden menggunakan rumus Hair et al. (2022) dengan perhitungan  $16 \text{ indikator} \times 7 = 112$ , karena ukuran populasi tidak diketahui pasti. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: berdomisili di Karawang, berusia minimal 17 tahun, mengetahui platform Kitabisa, dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan SmartPLS 4.0 untuk menguji keterkaitan antar variabel laten serta menilai validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil

#### Karakteristik Responden

Berikut ialah data deskripsi dari responden mencakup Pendidikan terakhir, Jenis kelamin, Pekerjaan, Usia, serta Domisili

**Tabel 2** Deskripsi Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	36	32,14%
	Perempuan	76	67,86%
	Total	112	100%
Usia	<20	20	17,86%
	21-25	88	78,57%
	26-30	3	2,68%
	31-35	1	0,89%
	35	0	0%
	Total	112	100%

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	86	76,79%
	Diploma (D3)	2	1,79%
	Sarjana (S1)	23	20,54%
	Pascasarjana (S2/S3)	1	0,89%
	Total	112	100%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	90	80,36%
	Karyawan Swasta	13	11,61%
	PNS/BUMN	4	3,57%
	Wirausaha	4	3,57%
	Profesor ahli fisika	1	0,89%
	Total	112	100%

Karakteristik responden Domisili		
Kategori	Jumlah	Persentase
Banyusari	1	0,89%
Batujaya	2	1,79%
Ciampel	0	0%
Cilamaya Kulon	1	0,89%
Cilamaya Wetan	2	1,79%
Cikampek	35	31,25%
Cibuaya	0	0%
Cilebar	1	0,89%
Jatisari	6	5,36%
Jayakarta	0	0%
Karawang Barat	10	8,93%
Karawang Timur	7	6,25%
Klari	4	3,57%
Kotabaru	14	12,50%

Kutawaluya	0	0%
Lemahabang	0	0%
Majalaya	1	0,89%
Pakisjaya	1	0,89%
Pangkalan	1	0,89%
Pedes	1	0,89%
Purwasari	6	5,36%
Rawamerta	0	0,00%
Rengasdengklok	2	1,79%
Talagasari	1	0,89%
Tegalwaru	0	0%
Telukjambe Barat	2	1,79%
Telukjambe Timur	12	10,71%
Tempuran	1	0,89%
Tirtajaya	0	0%
Tirtamulya	1	0,89%
Total	112	100%

Sumber : Olah data peneliti, 2026

Penelitian ini melibatkan 112 responden dengan mayoritas perempuan (67,86%) dan laki-laki (32,14%). Mayoritas responden berusia 21–25 tahun (78,57%), berpendidikan SMA/SMK (76,79%), dan berstatus pelajar/mahasiswa (80,36%). Berdasarkan domisili, sebagian besar berasal dari wilayah Cikampek (31,25%), diikuti Kotabaru, Telukjambe Timur, dan Karawang Barat.

**Tabel 3** Pengalaman dan minat responden menggunakan platform

Pengalaman menggunakan	Jumlah	Persentase	Minat menggunakan	Jumlah	Persentase
Pernah Menggunakan	80	71,43%	Berminat	112	100%
Belum pernah menggunakan	32	28,57%	Tidak berminat	0	0%
Total	112	100%	Total	112	100%

Sumber : Olah data peneliti, 2026

Sebanyak 80 responden (71,43%) menyatakan pernah menggunakan Kitabisa.com, sedangkan 32 responden (28,57%) belum pernah. Seluruh 112 responden (100%) menyatakan berminat menggunakan platform tersebut, menunjukkan tingkat penerimaan yang tinggi, termasuk dari responden yang belum memiliki pengalaman langsung.

### Hasil analisis deskriptif

Berikut adalah hasil analisis data menggunakan rentang skala berdasarkan jawaban dari responden.

**Tabel 4** Hasil Analisis Skala Likert

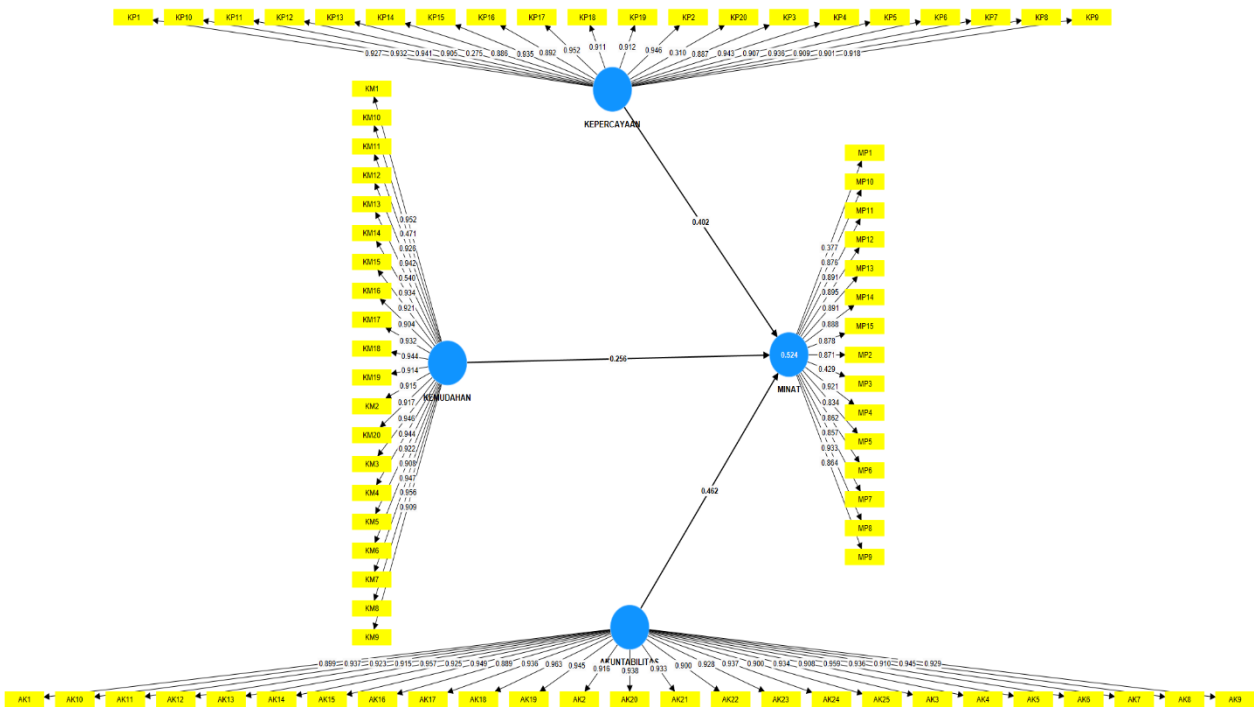
Interval Mean	Kategori	Variabel	Rata-rata	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Rendah	Kepercayaan (X1)	4,12	Tinggi
1,81 – 2,60	Rendah	Kemudahan Platform (X2)	4,05	Tinggi
2,61 – 3,40	Cukup	Akuntabilitas (X3)	4,32	Sangat Tinggi
3,41 – 4,20	Tinggi	Minat Pengguna (Y)	4,4	Sangat Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi			

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Hasil analisis deskriptif menunjukkan seluruh variabel berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi. Akuntabilitas (X3) memperoleh rata-rata tertinggi (4,32), diikuti minat pengguna (Y) sebesar (4,40) yang termasuk kategori sangat tinggi, sedangkan kepercayaan (X1) dan kemudahan platform (X2) berada pada kategori tinggi dan masih memiliki ruang untuk peningkatan.

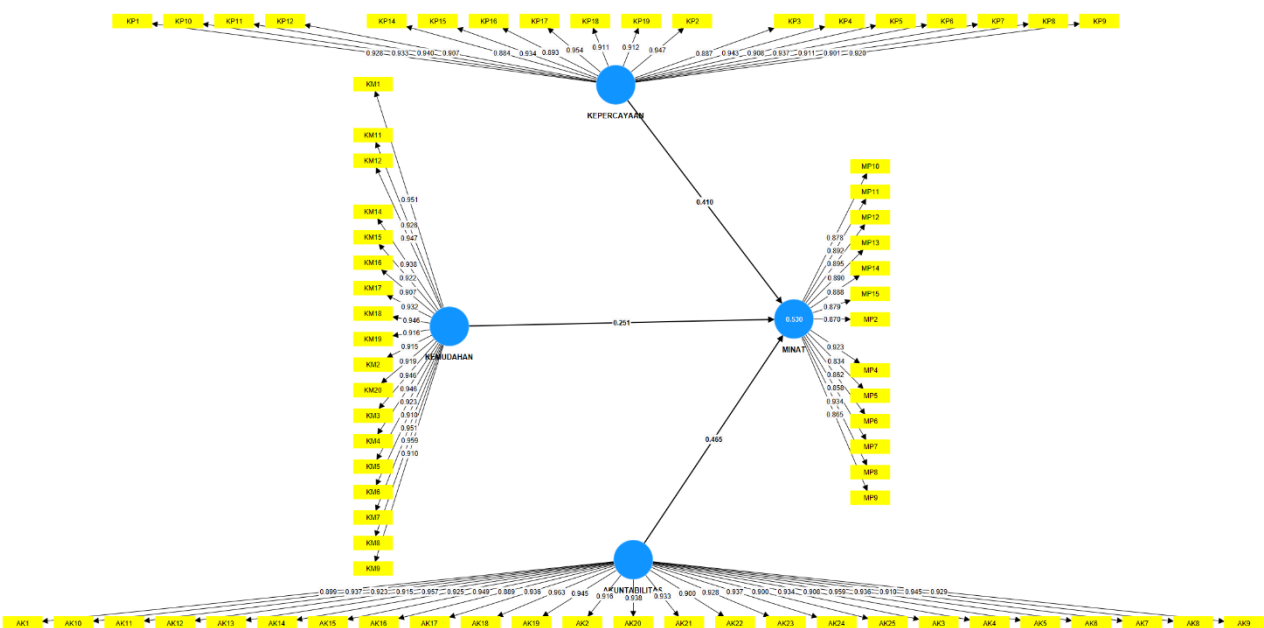
### Outer model

Gambar 3 Hasil Outer Loading



Sumber : Hasil olah data primer, 2026

Studi ini menguji validitas diskriminan dengan memastikan bahwasanya dalam satu variabel, beban luar melebihi 0,7 dan bahwasanya AVE melebihi korelasi kuadrat (Nashshar & Hendrayati, 2024). Mengacu pada gambar 2 terlihat terdapat sejumlah skor yang masih di bawah 0,7, menjadikan penulis harus melaksanakan eliminasi akan loading factor terkait.



Gambar 4 Hasil Outer Loading setelah Eliminasi

Sumber : Hasil olah data primer, 2026

**Tabel 5** Outer Loading

Kepercayaan		Kemudahan		Akuntabilitas		Minat Pengguna	
Indikator	Outer Loading	Indikator	Outer Loading	Indikator	Outer Loading	Indikator	Outer Loading
KP1	0.928	KM1	0.951	AK1	0.899	MP10	0.878
KP10	0.933	KM11	0.926	AK10	0.937	MP11	0.892
KP11	0.940	KM12	0.947	AK11	0.923	MP12	0.895
KP12	0.907	KM14	0.938	AK12	0.915	MP13	0.890
KP14	0.884	KM15	0.922	AK13	0.957	MP14	0.888
KP15	0.934	KM16	0.907	AK14	0.925	MP15	0.879
KP16	0.893	KM17	0.932	AK15	0.949	MP2	0.870
KP17	0.954	KM18	0.946	AK16	0.889	MP4	0.923
KP18	0.911	KM19	0.916	AK17	0.936	MP5	0.834
KP19	0.912	KM2	0.915	AK18	0.963	MP6	0.862
KP2	0.947	KM20	0.919	AK19	0.945	MP7	0.858
KP3	0.887	KM3	0.946	AK2	0.916	MP8	0.934
KP4	0.943	KM4	0.946	AK20	0.938	MP9	0.865
KP5	0.908	KM5	0.923	AK21	0.933		
KP6	0.937	KM6	0.910	AK22	0.900		
KP7	0.911	KM7	0.951	AK23	0.928		
KP8	0.901	KM8	0.959	AK24	0.937		
KP9	0.920	KM9	0.910	AK25	0.900		
				AK3	0.934		
				AK4	0.908		
				AK5	0.959		
				AK6	0.936		
				AK7	0.910		
				AK8	0.945		
				AK9	0.929		

Sumber : Hasil olah data primer, 2026

Pasca dilaksanakan eliminasi, semua sisa indikator, terlihat mempunyai loading factor melebihi 0,7. Perolehan tersebut memperlihatkan bahwasanya indikator yang ditentukan pada studi ini sukses mempresentasikan variabel yang selaras, yang nantinya mencukupi persyaratan dalam pengujian validitas konvergen.

**Tabel 6** AVE (Average Variance Extracted)

	Average variance extracted (AVE)
<b>Akuntabilitas</b>	<b>0.862</b>
<b>Kemudahan</b>	<b>0.868</b>
<b>Kepercayaan</b>	<b>0.846</b>
<b>Minat Pengguna</b>	<b>0.779</b>

Sumber : Hasil olah data primer, 2026

Lebih dari itu, guna memastikan validitas konvergen, skor AVE seharusnya  $> 0,50$  (Nashshar & Hendrayati, 2024). Dalam tabel 5 ditampilkan bahwasanya keempat variabel mempunyai skor AVE  $> 0,5$ . Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya seluruh variabel yang diteliti sudah terbukti valid dengan konvergen.

**Tabel 7** Fornell – Larcker

	Akuntabilitas	Kemudahan	Kepercayaan	Minat Pengguna
<b>Akuntabilitas</b>	<b>0.929</b>			
<b>Kemudahan</b>	<b>0.168</b>	<b>0.931</b>		
<b>Kepercayaan</b>	<b>0.074</b>	<b>0.075</b>	<b>0.920</b>	
<b>Minat Pengguna</b>	<b>0.538</b>	<b>0.359</b>	<b>0.463</b>	<b>0.883</b>

Sumber : Hasil olah data primer, 2026

Pengujian validitas kedua dilaksanakan lewat memanfaatkan pengujian validitas diskriminan. Apabila skor koefisien dari validitas diskriminan  $> 0,70$ , bisa terbukti bahwasanya validitas diskriminan termasuk baik. Perolehan atas tabel 9 memperlihatkan bahwasanya seluruh skor Fornell Larcker  $> 0,70$ , menjadikan bisa ditarik kesimpulan bahwasanya validitas diskriminan atas tiap-tiap variabel sudah tercukupi.

**Tabel 8 Pengujian Reliabilitas**

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Akuntabilitas	0.993	0.994	0.994	0.862
Kemudahan	0.991	0.992	0.992	0.868
Kepercayaan	0.989	0.991	0.990	0.846
Minat Pengguna	0.976	0.977	0.979	0.779

Sumber : Hasil olah data primer, 2026

Perolehan atas pengujian reliabilitas memperlihatkan semua konstruk sangat reliabel. Skor cronbach's alpha tiap-tiap variabel ialah akuntabilitas 0,993, kemudahan 0,991, kepercayaan 0,989, serta minat pengguna 0,976. Nilai composite reliability juga sangat tinggi, yaitu rho\_a berada pada 0,977–0,994 dan rho\_c pada 0,979–0,994. Ini berarti seluruh indikator pada setiap variabel konsisten dalam mengukur konstruksya, sehingga instrumen layak digunakan untuk analisis berikutnya.

**Tabel 9 Hasil Pengujian Path Coefisients (List)**

	Path coefficients
Akuntabilitas -> Minat Pengguna	0.465
Kemudahan -> Minat Pengguna	0.251
Kepercayaan -> Minat Pengguna	0.410

Sumber : Hasil olah data primer, 2026

Pada model struktural PLS-SEM, tabel memperlihatkan koefisien jalur (path coefficients) yang memperlihatkan arah serta kuatnya dampak dari variabel independen bagi minat pengguna. Perolehan atas estimasi memperlihatkan bahwasanya akuntabilitas mempunyai dampak paling besar bagi minat pengguna dengan koefisien  $\beta = 0,465$ , diikuti oleh kepercayaan dengan koefisien  $\beta = 0,410$ . Sementara kemudahan mempunyai dampak positif tetapi relatif lemah bagi minat pengguna dengan koefisien  $\beta = 0,251$ . Perolehan memperlihatkan bahwasanya faktor "akuntabilitas" serta "kepercayaan" lebih banyak memengaruhi minat pengguna daripada faktor "kemudahan", meskipun kemudahan masih berkontribusi pada peningkatan minat.

**Tabel 10 R square**

	R-square	R-square adjusted
Minat Pengguna	0.530	0.517

Sumber : Hasil olah data primer, 2026

Tabel 10 memperlihatkan skor R-square ( $R^2$ ) serta R-square adjusted untuk variabel dependen minat pengguna. Nilai  $R^2 = 0,530$  mengindikasikan bahwasanya sejumlah variabel bebas pada model bisa menjabarkan 53,0% variasi pada minat pengguna, sedangkan sisanya 47,0% dikenai pengaruh oleh faktor lainnya di luar model. Sedangkan, skor  $R^2$  adjusted = 0,517 memperlihatkan besarnya kemampuan jelaskan model setelah mempertimbangkan jumlah prediktor, sehingga secara umum model mempunyai daya penjabaran yang cukup baik bagi minat pengguna.

## **Pembahasan**

### ***Pengaruh kepercayaan bagi minat pengguna***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat pengguna ( $\beta = 0,410$ ), artinya semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap platform, semakin besar minat untuk menggunakannya. Dimensi *ability* (kemampuan) memperoleh nilai tertinggi, mengindikasikan bahwa responden menilai Kitabisa.com mampu mengelola dana secara profesional. Temuan ini sejalan Ba & Pavlou (2002) dalam Salsabila & Hasbi (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan evaluasi hubungan dalam kondisi ketidakpastian, di mana pengguna mengharapkan hasil yang menguntungkan. Selanjutnya, Achsien & Purnamasari (2016) dalam Tarigan (2023) menegaskan bahwa kepercayaan memengaruhi keputusan individu untuk berdonasi karena keyakinan bahwa dana akan dikelola secara adil dan tepat sasaran.

### ***Pengaruh kemudahan bagi minat pengguna***

Kemudahan platform berpengaruh positif terhadap minat pengguna ( $\beta = 0,251$ ), meskipun kontribusinya relatif lebih kecil dibandingkan variabel lainnya. Dimensi interaksi yang jelas dan mudah dipahami memperoleh nilai tertinggi, mencerminkan bahwa tampilan dan fitur Kitabisa.com dinilai intuitif oleh pengguna. Hasil ini konsisten dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan Davis (1989), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor utama dalam penerimaan teknologi. Jogiyanto (2019) dalam Ramalda *et al.* (2023) menambahkan bahwa sistem yang dianggap mudah digunakan akan mendorong pengguna untuk terus memanfaatkannya, sementara sistem yang rumit cenderung ditinggalkan. Hal ini diperkuat oleh Davis (1989) dalam Putri & Ompusunggu (2025), yang menyatakan bahwa menganggap teknologi mudah dapat membuat pengguna lebih mudah menggunakannya.

### ***Pengaruh akuntabilitas bagi minat pengguna***

Akuntabilitas merupakan variabel paling dominan dalam memengaruhi minat pengguna ( $\beta = 0,465$ ), dengan dimensi transparansi memperoleh nilai rata-rata tertinggi (4,35). Hal ini mengindikasikan bahwa keterbukaan informasi terkait pengelolaan dana menjadi faktor utama yang mendorong minat masyarakat. Temuan ini sejalan dengan Mardiasmo (2018:27) dalam Irfansyah *et al.*, (2023) yang mendefinisikan akuntabilitas sebagai kewajiban pengelola untuk mempertanggungjawabkan seluruh tindakannya kepada pemberi amanah. Julkarnain (2018) dalam Sabili *et al.* (2023) juga menegaskan bahwa pelaporan yang jujur dan sesuai fakta sangat krusial dalam mempertahankan kepercayaan publik. Oleh karena itu, platform *crowdfunding* seperti Kitabisa.com perlu terus meningkatkan kualitas pelaporan dan mekanisme kewajiban agar loyalitas donatur dapat terjaga secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, meningkatkan minat pengguna terutama melalui transparansi memerlukan akuntabilitas yang lebih baik. Namun, untuk mencapai hasil yang lebih baik, platform harus meningkatkan elemen kewajiban dan pelaporan agar dapat mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pengguna.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan platform, dan akuntabilitas secara bersama-sama memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *fintech crowdfunding* Kitabisa, dengan kemampuan menjelaskan 53% variasi minat pengguna ( $R^2 = 0,530$ ). Akuntabilitas menjadi faktor paling dominan ( $\beta = 0,465$ ), mengindikasikan bahwa masyarakat sangat memperhatikan transparansi dan kejelasan pengelolaan dana. Kepercayaan berperan penting dalam mengurangi ketidakpastian transaksi digital ( $\beta = 0,410$ ), sedangkan kemudahan platform memberikan kontribusi positif meskipun relatif lebih kecil ( $\beta = 0,251$ ).

Secara praktis, pengelola Kitabisa perlu memprioritaskan peningkatan akuntabilitas melalui pelaporan dana yang transparan dan pertanggungjawaban publik yang jelas, memperkuat kepercayaan melalui keamanan sistem dan kredibilitas platform, serta menyederhanakan fitur agar dapat diakses oleh berbagai kalangan. Bagi masyarakat, hasil ini menekankan pentingnya mempertimbangkan aspek kepercayaan dan akuntabilitas dalam memilih platform donasi.

## **DAFTAR REFERENSI**

Aini, N., Purba, B., Shadam, M., Azka, T., Baroroh, H., Islam, U., & Yogyakarta, I. (2025). *Published by Department of Islamic Accounting, Universitas Islam Negeri unan Kalijaga Yogyakarta*. 4(1), 33–55.

- Aisyah Farrahaly, Alya Natalie Putri, A. D. F. (2024). *Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi di Equity Crowdfunding*. 10(15), 273–286.
- Ariningsih, E. P. (2022). *Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Perceived Security , dan Trust*. 11(2), 227–238.
- Auralia, Y., Manggabarani, A. S., Wahyudi, W., Pandemi, M., & Ilmu, C.-S. (2022). *Analisis Minat Penggunaan Ulang pada Dompot Digital ShopeePay di Masa Pandemi Covid-19 ( Analysis of Reuse Intention of the ShopeePay Digital Wallet during the Covid- 19 Pandemic )*. 1(2), 137–152.
- Azani, A. A., Sonia, F., Kautsar, M. I., & Pratiwi, W. (2025). *Minat mahasiswa menggunakan fintech di era inklusi keuangan*. 2(2), 16–28.
- Dasser, A. M., Dotulong, L. O. H., Loindong, S. S. R., Dasser, A. M., Dotulong, L. O. H., & Loindong, S. S. R. (2024). *Pengaruh Corporate Reputation dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Tokopedia oleh konsumen Desa Tateli Satu yang Dimediasi oleh Trust*. 12(03), 400–411.
- Hapsari, D. R. D., & Kurnia Rina Ariani. (2025). *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Media Sosial Terhadap Minat Berdonasi Pada Aplikasi Crowdfunding Kitabisa.Com. Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 931–945. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i3.1458>
- Ilahi, L., Cahyaningrum, L., & Yusuf, A. (2025). *Faktor Lingkungan Terhadap Niat Pengguna Crowdfunding ( Studi Kasus Pada Platfrom Kitabisa . com )*. 8(2), 316–327.
- Irawan, D., Puspitasari, A. A., Wibawani, S., & Astuti, W. (2022). *Persepsi Keamanan , Kepercayaan , dan Akuntabilitas Perusahaan Terhadap Niat Berdonasi Melalui Fintech Crowdfunding*. 6(1), 73–89.
- Irfansyah, A., Romanda, C., & Asoka, R. (2023). *Analisis Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Keuangan pada Kantor Camat Lais Kabupaten Musi Banyuasin*. 6(2), 236–254.
- Karim, A., Dakir, & Riyadi, S. (2025). *Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Donasi Untuk Pendidikan Anak di Panti Asuhan Berkah Palangka Raya*. 11(1), 57–63.
- Lestari, W., Sihabudin, & Fauji, R. (2023). *Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Seabank)( Studi Pada Masyarakat Karawang Timur)*. 12(04), 1140–1154.
- Mansis, I. R., & Sari, L. P. (2024). *Pengaruh Akuntabilitas, Electronic Word of Mouth, Brand Image, Perencanaan Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Donasi Online pada Kitabisa.com di DKI Jakarta*. 12(December), 183–202.
- Nashshar, Z., & Hendrayati, H. (2024). *Analysis of The Impact of Service Quality on Lion Air Customer ' s Repurchase Intention* (Issue Gcbme 2023). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3>
- Putri, S. Y., & Ompusunggu, H. (2025). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Batam*. 9(23), 737–747.
- Ramalda, N., Widarko, A., & Slamet, A. R. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet (DANA) di Kota Malang(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Malang)*. 13(01), 2323–2334.

- Rifandi, A. Y., Andriansyah, A., & Novianto, A. S. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan Fintech Lending Syariah ( Studi pada UMKM di Kota Malang ) Achmad Yoga Rifandi Andriansyah , Afifudin , Abdullah Syakur Novianto 178 | W a r t a E k o n o m i*. 8(1), 178–185.
- Sabili, F., Romansyah, D., & Hidayat, R. (2023). *Akuntabilitas dan Transparansi Laporan Keuangan Masjid (Studi kasus Masjid Jogokariyan Yogyakarta)*. 11(2), 233–249.
- Salsabila, N., & Hasbi2, I. (2021). *Pengaruh Citra merk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Berdonasi secara Online pada Crowdfunding Platfrom Kitabisa.com*. 5(2).
- Sri Mutia Fazira, Imsar, M. I. H. (2025). *Pengaruh Religiusitas, Kemudahan, Keamanan, Dan Media Sosial Terhadap Minat Menggunakan Platform Crowdfunding Melalui Kitabisa.Com*. 7(2), 637–655.
- Tarigan, E. S. (2023). *The Influence of Crowdfunding Innovation and Trust on Online Donation Decision on Crowdfunding Platforms*. 11(September), 506–519.
- Trisanti, T. (2024). *Analyze the Influence of The Technology Acceptance Model (TAM) On The Use Of Fintech Lending*. 18(2), 103–112.
- Um, N. (2024). *Antecedents and Consequences of Attitudes toward Donation-Based Crowdfunding Platforms*. 2799–2812.
- Vidyasari, R., & Polytechnic, J. S. (2023). *Analisis Minat Penggunaan Berulang E-wallet selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di 5 Kota Terdampak Covid-19 di Indonesia)*. *Akuntansi, Keuangan, & Perbankan*, 9(1), 1616. <https://doi.org/10.32722/acc.v9i1.4584>