

Pengaruh E-Trust E-Wom Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Fintech PT Bibit Tumbuh Bersama

Siti Nafisah Nurlaeliah, Sundari

¹⁻²Universitas KH. Abdul Chalim Mojokerto

Email: sitinafisahnurlaeliab@gmail.com, sundarifrester89@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of e-Trust, electronic word of mouth (e-WOM), and Islamic financial literacy on fintech adoption at PT Bibit Tumbuh Bersama. The rapid development of digital technology is encouraging people to utilize technology-based financial services to meet their investment and financial management needs. In this context, user trust in digital platforms, the influence of information and reviews circulating in electronic media, and public understanding of Islamic financial principles are important factors influencing fintech adoption decisions. This study used a quantitative approach with a survey method. Data were collected by distributing questionnaires to users of the Bibit fintech application. Data analysis used multiple linear regression analysis to determine the partial and simultaneous effects between variables. The results show that e-Trust has a positive and significant effect on fintech adoption, meaning that the higher the level of user trust, the higher the intensity of fintech service usage. Furthermore, e-WOM also has a positive and significant effect, as information, reviews, and recommendations disseminated through digital media can increase public interest in using fintech applications. Sharia financial literacy also has a positive influence on fintech adoption, where public understanding of financial management in accordance with Sharia principles encourages the use of digital investment services considered safe and in line with Islamic values. Simultaneously, e-Trust, e-WOM, and sharia financial literacy significantly influence fintech adoption at PT Bibit Tumbuh Bersama.

Keywords: *Influence, E-Trust, E-WOM, Finance, Sharia.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-Trust*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan literasi keuangan syariah terhadap penggunaan fintech pada PT Bibit Tumbuh Bersama. Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat mendorong masyarakat untuk memanfaatkan layanan keuangan berbasis teknologi (*financial technology*) dalam memenuhi kebutuhan investasi dan pengelolaan keuangan. Dalam konteks tersebut, tingkat kepercayaan pengguna terhadap platform digital, pengaruh informasi dan ulasan yang beredar di media elektronik, serta pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan penggunaan fintech. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi fintech Bibit. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech, yang berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan layanan fintech. Selain itu, *E-WOM* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan, karena informasi, ulasan, dan rekomendasi yang tersebar melalui media digital mampu meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi fintech. Literasi keuangan syariah turut memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan fintech, dimana pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan keuangan sesuai prinsip syariah mendorong penggunaan layanan investasi digital yang dianggap aman dan sesuai nilai-nilai Islam.

Secara simultan, *E-Trust*, *E-WOM*, dan literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap penggunaan fintech pada PT Bibit Tumbuh Bersama.

Kata kunci: Pengaruh, *E-Trust*, *E-Wom*, Keuangan, Syariah

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital pada era revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pada sektor ekonomi dan keuangan. Transformasi digital mendorong lahirnya berbagai inovasi layanan keuangan berbasis teknologi yang dikenal dengan istilah financial technology (*fintech*).¹ Kehadiran fintech memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas keuangan seperti pembayaran, investasi, pembiayaan, tabungan, hingga pengelolaan aset secara cepat, praktis, dan efisien. Di Indonesia, pertumbuhan fintech mengalami peningkatan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, smartphone, serta perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan kemudahan dan kecepatan layanan digital. Salah satu perusahaan fintech yang berkembang pesat di Indonesia adalah PT Bibit Tumbuh Bersama melalui aplikasi investasi digital Bibit yang menawarkan kemudahan investasi reksa dana bagi masyarakat luas. Kemunculan aplikasi Bibit menjadi salah satu fenomena penting dalam perkembangan investasi digital di Indonesia.²

Bibit hadir dengan konsep investasi yang sederhana, mudah diakses, serta ramah bagi investor pemula. Melalui teknologi robo advisor, aplikasi ini membantu pengguna menentukan produk investasi sesuai profil risiko masing-masing. Kehadiran layanan tersebut memberikan peluang bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk mulai berinvestasi tanpa harus memiliki pengetahuan finansial yang mendalam. Di sisi lain, meningkatnya jumlah pengguna aplikasi investasi digital menunjukkan adanya perubahan perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan dan membangun kesadaran investasi sejak dini. Namun demikian, penggunaan fintech investasi tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan teknologi semata. Keputusan seseorang untuk menggunakan layanan fintech juga dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, sosial, dan pengetahuan keuangan. Dalam konteks layanan digital, kepercayaan atau *e-trust* menjadi salah satu faktor utama yang menentukan minat dan keputusan pengguna. *E-trust* merupakan tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan, kredibilitas, dan kemampuan suatu platform digital dalam memberikan layanan secara aman dan transparan.³

Dalam transaksi berbasis digital, pengguna tidak melakukan interaksi secara langsung dengan penyedia layanan sehingga kepercayaan menjadi fondasi penting dalam membangun loyalitas pengguna. Kepercayaan pengguna terhadap platform fintech menjadi semakin penting karena aktivitas investasi melibatkan pengelolaan dana pribadi serta risiko finansial tertentu. Apabila pengguna merasa bahwa aplikasi memiliki sistem keamanan yang baik, informasi yang transparan, serta reputasi yang terpercaya, maka tingkat penggunaan fintech cenderung

¹ Sari Devi, Rahmad Solling Hamid, and Edi Maszudi, "Peran *E-Wom* e-Service Quality Dan *e-Trust* Dalam Menentukan Keputusan Pembelian," *Jesya* 6, no. 2 (2023): 1888–98, <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1187>.

² Savira Anandyara and Bambang Eko Samiono, "Analisis Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Melalui *E-Trust*, *E-WOM*, Brand Awareness Dan Attitude Towards Advertisement Pada E-Commerce Lazada," *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 7, no. 2 (2020): 4122–33.

³ Emeraldal, Jeni Wulandari, and Diang Adistya, "Analisis *E-Trust*, *E-WOM*, Dan *E-Service Quality* Dalam Keputusan Pembelian Online," *Jurnal Perspektif Bisnis* 3, no. 2 (2020): 63–75, <https://jpb.fisip.unila.ac.id/index.php/jpb/article/view/19/14>.

meningkat. Sebaliknya, rendahnya tingkat kepercayaan dapat menyebabkan masyarakat ragu untuk menggunakan layanan fintech karena adanya kekhawatiran terhadap risiko penipuan, kebocoran data, maupun kerugian investasi.⁴ Oleh karena itu, e-trust menjadi faktor strategis dalam menentukan keberhasilan perusahaan fintech dalam menarik dan mempertahankan pengguna. Selain e-trust, electronic word of mouth (e-WOM) juga memiliki pengaruh besar terhadap penggunaan fintech. E-WOM merupakan bentuk komunikasi atau penyebaran informasi melalui media elektronik, terutama internet dan media sosial, mengenai pengalaman pengguna terhadap suatu produk atau layanan.⁵

Pada era digital saat ini, masyarakat cenderung mencari ulasan, testimoni, dan rekomendasi dari pengguna lain sebelum memutuskan menggunakan suatu aplikasi atau layanan keuangan. Informasi yang tersebar melalui media sosial, forum diskusi, video ulasan, maupun platform digital lainnya dapat membentuk persepsi publik terhadap kualitas dan kredibilitas layanan fintech. Pengaruh e-WOM menjadi semakin kuat karena masyarakat lebih percaya pada pengalaman nyata pengguna lain dibandingkan promosi perusahaan semata. Ulasan positif mengenai kemudahan penggunaan aplikasi, keuntungan investasi, keamanan transaksi, dan kualitas layanan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan fintech Bibit. Sebaliknya, ulasan negatif dapat menurunkan tingkat kepercayaan pengguna dan memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi. Dengan demikian, e-WOM tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga menjadi sarana pembentukan opini publik yang mampu memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan.⁶

Di samping faktor kepercayaan dan komunikasi digital, literasi keuangan syariah juga menjadi aspek penting dalam penggunaan fintech, khususnya di Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim. Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep, prinsip, dan pengelolaan keuangan berdasarkan nilai-nilai syariah Islam. Literasi ini mencakup pemahaman mengenai investasi halal, larangan riba, prinsip bagi hasil, serta penggunaan produk keuangan yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Tingkat literasi keuangan syariah yang baik dapat membantu masyarakat dalam mengambil keputusan finansial secara tepat, bijak, dan sesuai prinsip agama. Perkembangan fintech syariah maupun layanan investasi digital berbasis syariah menunjukkan bahwa masyarakat muslim mulai memiliki kesadaran untuk memilih layanan keuangan yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dalam konteks penggunaan aplikasi Bibit, pemahaman mengenai produk investasi syariah menjadi salah satu pertimbangan penting bagi pengguna muslim. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah seseorang, maka semakin

⁴ Muhammad Cakra Powari Sutisna, Ahmad Filki, and Kurniati, "Pengaruh Kemandirian Finansial Perempuan Terhadap Relasi Gender Dalam Keluarga," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu* 8, no. 11 (2024): 261–70.

⁵ Refita Ayu Kumala Dewi and Sri Padmanty, "Pengaruh E-Trust Dan E-WOM Terhadap Customer Satisfaction Dengan Customer Loyalty Sebagai Variabel Mediasi," *Journal of Accounting and Finance Management* 6, no. 1 (2025): 311–24, <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i1.1694>.

⁶ Prasetyo Hartanto and Fransisca Laij, "Model E-WoM Dan Perceived Value Dalam Meningkatkan E-Repurchase Intention Dengan Mediasi E-Trust," *Jurnal Manajerial* 11, no. 02 (2024): 334–55, <https://journal.umg.ac.id/index.php/manajerial/article/view/7549>.

besar kemungkinan individu tersebut menggunakan layanan fintech yang menyediakan produk investasi syariah secara aman dan terpercaya.⁷

Fenomena meningkatnya penggunaan fintech investasi di kalangan generasi muda juga menarik untuk dikaji lebih mendalam. Generasi muda saat ini dikenal sebagai generasi digital yang sangat dekat dengan teknologi dan internet. Kemudahan akses informasi membuat mereka lebih cepat mengenal berbagai aplikasi investasi digital. Akan tetapi, tingginya penggunaan teknologi belum tentu diiringi dengan tingkat literasi keuangan yang memadai. Masih banyak masyarakat yang menggunakan layanan investasi hanya karena mengikuti tren tanpa memahami risiko dan mekanisme investasi secara menyeluruh. Kondisi ini dapat menimbulkan berbagai permasalahan seperti keputusan investasi yang tidak rasional, kerugian finansial, maupun rendahnya kesadaran terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah. Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan aplikasi Bibit mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini menunjukkan adanya perubahan perilaku masyarakat dalam berinvestasi melalui platform digital. Akan tetapi, peningkatan jumlah pengguna tersebut perlu dianalisis lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhinya. Apakah keputusan masyarakat menggunakan fintech Bibit lebih dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan terhadap platform, pengaruh ulasan digital dari pengguna lain, atau justru dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki pengguna. Analisis terhadap faktor-faktor tersebut menjadi penting untuk memahami perilaku konsumen digital dalam sektor keuangan modern.

Penelitian mengenai pengaruh e-trust, e-WOM, dan literasi keuangan syariah terhadap penggunaan fintech masih relevan untuk dilakukan karena perkembangan teknologi keuangan terus mengalami perubahan yang sangat cepat. Selain itu, hasil penelitian dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian ekonomi syariah, perilaku konsumen digital, dan teknologi keuangan modern. Penelitian ini juga memiliki manfaat praktis bagi perusahaan fintech, khususnya PT Bibit Tumbuh Bersama, dalam menyusun strategi peningkatan layanan, membangun kepercayaan pengguna, memperkuat citra positif di media digital, serta meningkatkan edukasi literasi keuangan syariah kepada masyarakat. Dengan demikian, penelitian yang berjudul “Pengaruh E-Trust, E-WOM dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan Fintech PT Bibit Tumbuh Bersama” menjadi penting untuk dilakukan guna mengetahui sejauh mana pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan fintech investasi digital. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai perilaku pengguna fintech di era digital sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi pengembangan industri keuangan digital yang lebih inklusif, aman, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif.⁸ Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan untuk mengukur serta

⁷ Hayani N, “E-Wom, E-Trust Dan Keluarga Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Online Generasi Z Di Kota Pekanbaru Nurrahmi Hayani,” *Jurnal Audit, Akuntansi, Dan Manajemen* 1, no. 4 (2023): 2023, <https://naaspublishing.com/index.php/jaamter/article/view/64/47>.

⁸ I Kang Murapi and Dewa Ayu Oki Astarini, “Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Terhadap Pengelolaan Dana Desa Dengan Pendekatan Deskriptif Asosiatif,” *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 9, no. 2 (2025): 723, <https://doi.org/10.52362/jisamar.v9i2.1851>.

menganalisis pengaruh e-trust, e-WOM, dan literasi keuangan syariah terhadap penggunaan fintech PT Bibit Tumbuh Bersama secara objektif melalui pengolahan data statistik. Penelitian asosiatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari e-trust, e-WOM, dan literasi keuangan syariah, sedangkan variabel dependennya adalah penggunaan fintech PT Bibit Tumbuh Bersama. Penelitian dilaksanakan pada pengguna aplikasi Bibit yang aktif menggunakan layanan investasi digital. Waktu penelitian dilakukan pada tahun akademik 2025/2026, dimulai dari tahap penyusunan proposal, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tingkat kepercayaan pengguna, komunikasi elektronik, dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan fintech investasi digital.⁹

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Bibit. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik purposive sampling dipilih karena peneliti menentukan kriteria tertentu bagi responden yang dianggap sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden meliputi pengguna aktif aplikasi Bibit, pernah melakukan transaksi investasi melalui aplikasi tersebut, berusia minimal 17 tahun, serta bersedia mengisi kuesioner penelitian. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat Hair et al. yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal dalam penelitian kuantitatif adalah 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan minimal 100 responden agar data yang diperoleh lebih representatif dan mampu menggambarkan kondisi sebenarnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama penelitian.¹⁰

Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan yang berkaitan dengan variabel e-trust, e-WOM, literasi keuangan syariah, dan penggunaan fintech. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Selain menggunakan kuesioner, penelitian ini juga menggunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh data pendukung terkait perkembangan fintech dan profil perusahaan. Peneliti juga melakukan studi kepustakaan melalui berbagai buku, jurnal ilmiah, artikel, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian guna memperkuat landasan teori dan analisis penelitian. Variabel e-trust dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan, kredibilitas, dan kualitas layanan aplikasi Bibit dalam melakukan transaksi investasi digital. Indikator e-trust meliputi keamanan transaksi, kerahasiaan data pengguna, kredibilitas platform, keandalan layanan, dan transparansi informasi. Variabel e-WOM diartikan sebagai komunikasi elektronik berupa ulasan, komentar, maupun rekomendasi pengguna mengenai aplikasi Bibit melalui media digital.

⁹ Luluk Tataningtyas and Endang Tjahjaningsih, "Faktor Yang Mempengaruhi E-Trust Serta Dampaknya Pada Repurchase Intention," *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 15, no. 1 (2022): 55–67, <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i1.616>.

¹⁰ Jamaluddin Ali and Ridwan Feroji, "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Sosial; Tesponsibility Sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal Neraca Peradaban* 1, no. 2 (2021): 128–35.

Indikator e-WOM meliputi intensitas informasi, ulasan positif pengguna, rekomendasi pengguna lain, kualitas informasi digital, dan pengaruh media sosial. Sementara itu, literasi keuangan syariah merupakan tingkat pemahaman individu mengenai pengelolaan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, dengan indikator berupa pemahaman investasi syariah, pengetahuan tentang riba, pemahaman akad syariah, pengelolaan keuangan Islami, dan kesadaran memilih produk halal. Adapun penggunaan fintech diukur melalui indikator intensitas penggunaan aplikasi, kemudahan transaksi, frekuensi investasi, kepuasan penggunaan, serta keberlanjutan penggunaan aplikasi.¹¹

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen kuesioner terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item pertanyaan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70 sehingga dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data yang konsisten. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi statistik seperti SPSS. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden serta distribusi jawaban responden terhadap setiap variabel penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat analisis regresi. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel e-trust, e-WOM, dan literasi keuangan syariah terhadap penggunaan fintech PT Bibit Tumbuh Bersama.¹²

Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$ Keterangan dari persamaan tersebut yaitu (Y) merupakan penggunaan fintech, (a) adalah konstanta, (b_1 , b_2 ,) dan (b_3) merupakan koefisien regresi, (X_1) adalah e-trust, (X_2) adalah e-WOM, (X_3) adalah literasi keuangan syariah, sedangkan (e) merupakan error atau tingkat kesalahan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan seluruh variabel independen terhadap penggunaan fintech, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel e-trust, e-WOM, dan literasi keuangan syariah dalam menjelaskan penggunaan fintech PT Bibit Tumbuh Bersama. Dengan metode penelitian ini diharapkan dapat diperoleh hasil penelitian yang valid, objektif, dan mampu memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan fintech investasi digital di kalangan masyarakat.

¹¹ Yuyun Febrian Irawati, Ginta Ginting, and Donni Juni Priansa, "Meningkatkan Loyalitas Pengguna Mobile Banking Bank BPD DIY Melalui Layanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan," *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 2 (2025): 441–55, <https://doi.org/10.33059/jseb.v16i2.11120>.

¹² Universitas Muhammadiyah Surakarta, "Indonesian Journal of Digital Business Pengaruh Trust , Convenience , Compliance , Dan Security Terhadap Customer Loyalty Pada Aplikasi Pembayaran Digital Di Kalangan Mahasiswa," *Indonesian Journal of Digital Business* 5, no. 4 (2026): 2346–68, <https://ejournal.upi.edu/index.php/IJDB/article/view/98708/36011>.

Hasil Dan Pembahasan

A. E-Trust E-Wom

E-trust atau electronic trust merupakan kepercayaan pengguna terhadap suatu sistem, layanan, atau platform digital yang digunakan dalam aktivitas online. Dalam konteks fintech, e-trust menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi. Kepercayaan ini muncul karena pengguna merasa bahwa platform digital mampu memberikan keamanan, kenyamanan, serta perlindungan terhadap data dan transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik. Tanpa adanya kepercayaan, masyarakat akan cenderung ragu menggunakan layanan fintech karena adanya kekhawatiran terhadap risiko penipuan, penyalahgunaan data pribadi, maupun kerugian finansial. E-trust juga dapat dipahami sebagai keyakinan pengguna bahwa penyedia layanan digital memiliki integritas, kompetensi, dan tanggung jawab dalam memberikan layanan kepada konsumen. Dalam transaksi online, pengguna tidak berinteraksi secara langsung dengan penyedia layanan sehingga tingkat kepercayaan menjadi dasar utama dalam membangun hubungan antara perusahaan dan pengguna. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap platform digital, maka semakin besar kemungkinan pengguna akan menggunakan dan mempertahankan penggunaan layanan tersebut.¹³

Dalam penggunaan fintech investasi, e-trust berkaitan erat dengan keamanan sistem aplikasi, transparansi informasi, kemudahan transaksi, serta kemampuan platform dalam menjaga kerahasiaan data pengguna. Pengguna akan lebih percaya menggunakan layanan fintech apabila aplikasi memiliki reputasi yang baik, diawasi oleh lembaga resmi, serta mampu memberikan pelayanan yang profesional. Selain itu, tampilan aplikasi yang mudah digunakan dan sistem transaksi yang stabil juga dapat meningkatkan rasa aman dan nyaman pengguna dalam melakukan investasi digital. Kepercayaan elektronik tidak hanya dibangun melalui kualitas teknologi, tetapi juga melalui pengalaman pengguna selama menggunakan aplikasi. Pengalaman positif seperti kemudahan investasi, keuntungan yang diperoleh, pelayanan pelanggan yang responsif, dan minimnya gangguan sistem akan memperkuat tingkat e-trust pengguna terhadap platform fintech. Sebaliknya, pengalaman negatif seperti gangguan sistem, lambatnya pelayanan, atau adanya informasi yang tidak transparan dapat menurunkan tingkat kepercayaan pengguna. Dalam perkembangan ekonomi digital saat ini, e-trust menjadi faktor strategis yang menentukan keberhasilan perusahaan fintech dalam menarik pengguna baru dan mempertahankan loyalitas pengguna lama.¹⁴

Oleh karena itu, perusahaan fintech harus mampu membangun sistem keamanan yang kuat, memberikan informasi yang jelas, serta menjaga kualitas layanan agar kepercayaan pengguna tetap terjaga. Dengan tingginya tingkat e-trust, masyarakat akan lebih yakin dalam menggunakan layanan fintech sebagai sarana investasi dan pengelolaan keuangan modern. E-WOM Electronic word of mouth atau e-WOM merupakan bentuk komunikasi elektronik yang

¹³ Mahmoud Atito et al., "The Effect of E-WOM through Social Media on Purchasing Intention: The Mediating Role of E-Trust at the Egyptian Youth Hostels," *International Journal of Tourism and Hospitality Management* 6, no. 1 (2023): 206–28, <https://doi.org/10.21608/ijthm.2023.300884>.

¹⁴ Ihsyan Kolefiyan et al., "The Impact of E-Service Quality and E-Market Orientation on E-Wom through E-Trust as a Mediator for Shopee Users," *Jurnal Economic Resource* 7, no. 2 (2025): 250–62, <https://doi.org/10.57178/jer.v7i2.1103>.

dilakukan oleh konsumen melalui internet mengenai pengalaman, penilaian, maupun pendapat terhadap suatu produk atau layanan. E-WOM biasanya disampaikan melalui media sosial, forum online, website, ulasan aplikasi, video digital, maupun platform komunikasi lainnya. Dalam era digital, e-WOM menjadi salah satu sumber informasi yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen karena masyarakat lebih mudah memperoleh dan menyebarkan informasi secara cepat melalui internet.¹⁵ E-WOM memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan keputusan masyarakat terhadap penggunaan suatu produk atau layanan, termasuk layanan fintech. Sebelum menggunakan aplikasi investasi digital, masyarakat umumnya mencari informasi terlebih dahulu melalui ulasan pengguna lain di media sosial atau platform digital. Informasi tersebut dapat berupa pengalaman positif maupun negatif terkait kualitas layanan, keamanan transaksi, kemudahan penggunaan aplikasi, hingga keuntungan investasi yang diperoleh. Ulasan-ulasan tersebut kemudian memengaruhi tingkat minat dan kepercayaan calon pengguna terhadap platform fintech.

B. Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, serta mengambil keputusan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Literasi ini tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan secara umum, tetapi juga mencakup pemahaman mengenai konsep halal dan haram dalam aktivitas ekonomi, larangan riba, gharar, maysir, serta penerapan akad-akad syariah dalam transaksi keuangan. Dalam konteks kehidupan modern, literasi keuangan syariah menjadi sangat penting karena masyarakat dituntut mampu mengelola keuangan secara bijak sekaligus tetap sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Secara umum, literasi keuangan syariah dapat diartikan sebagai tingkat pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan seseorang terhadap produk serta layanan keuangan syariah yang memengaruhi sikap dan perilaku dalam mengambil keputusan ekonomi. Seseorang yang memiliki literasi keuangan syariah yang baik akan lebih memahami cara mengatur pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, dan pengelolaan utang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, individu tersebut juga mampu memilih produk keuangan yang aman, halal, dan terhindar dari praktik-praktik yang bertentangan dengan syariat Islam.¹⁶

Dalam Islam, pengelolaan keuangan memiliki kedudukan penting karena berkaitan dengan tanggung jawab manusia dalam memanfaatkan harta yang dimiliki. Islam mengajarkan bahwa harta bukan hanya alat pemenuhan kebutuhan duniawi, tetapi juga amanah yang harus digunakan secara benar, adil, dan bermanfaat. Oleh karena itu, literasi keuangan syariah menjadi sarana penting untuk membentuk perilaku ekonomi masyarakat yang lebih bijaksana, produktif, dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia turut mendorong pentingnya peningkatan literasi keuangan syariah masyarakat. Saat ini telah banyak lembaga dan produk keuangan berbasis syariah seperti bank syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, pasar modal syariah, hingga fintech syariah. Namun demikian, masih banyak

¹⁵ I Gusti Ayu Priska Listianayanti, Ni Nyoman Sri Wisudawati, and Muhammad Syarofi, "The Influence of E-Service Quality, E-Trust and E-Wom on Live Streaming Purchase Decisions," *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 17, no. 2 (2023): 199–210, <https://doi.org/10.26533/eksis.v17i2.1105>.

¹⁶ Arie Setyo Dwi Purnomo and Mochamad Reza Adiyanto, "Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah," *Jurnal Administrasi Kantor* 9, no. 1 (2021): 1–12, <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1461>.

masyarakat yang belum memahami perbedaan antara sistem keuangan syariah dan konvensional. Rendahnya tingkat pemahaman tersebut menyebabkan masyarakat belum optimal dalam memanfaatkan layanan keuangan syariah secara tepat.¹⁷

Literasi keuangan syariah juga memiliki hubungan yang erat dengan perilaku investasi masyarakat. Individu yang memiliki pemahaman baik mengenai investasi syariah cenderung lebih selektif dalam memilih instrumen investasi. Mereka akan mempertimbangkan aspek kehalalan produk, mekanisme akad, transparansi transaksi, serta kesesuaian investasi dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks fintech investasi, pemahaman mengenai reksa dana syariah, saham syariah, maupun instrumen investasi halal lainnya menjadi bagian penting dari literasi keuangan syariah. Selain pengetahuan, literasi keuangan syariah juga berkaitan dengan sikap dan perilaku keuangan seseorang. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan syariah tinggi biasanya lebih mampu mengelola keuangan secara disiplin, menghindari perilaku konsumtif berlebihan, serta memiliki kesadaran untuk menabung dan berinvestasi demi masa depan. Mereka juga lebih berhati-hati terhadap praktik ekonomi yang mengandung unsur penipuan, riba, dan spekulasi yang dilarang dalam Islam.

Di era digital saat ini, literasi keuangan syariah menjadi semakin penting karena masyarakat dihadapkan pada berbagai layanan keuangan berbasis teknologi yang berkembang sangat cepat. Kemudahan akses terhadap aplikasi investasi, pinjaman online, dan transaksi digital membuat masyarakat perlu memiliki pemahaman yang baik agar tidak salah dalam mengambil keputusan finansial. Tanpa adanya literasi keuangan syariah yang memadai, masyarakat berpotensi terjebak pada layanan keuangan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah maupun berisiko merugikan secara ekonomi. Peningkatan literasi keuangan syariah juga menjadi salah satu upaya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah nasional. Semakin tinggi tingkat literasi masyarakat terhadap keuangan syariah, maka semakin besar pula penggunaan produk dan layanan keuangan syariah dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini akan berdampak pada meningkatnya inklusi keuangan syariah serta memperkuat perkembangan industri ekonomi dan keuangan Islam di Indonesia. Dengan demikian, literasi keuangan syariah tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan teoritis mengenai keuangan Islam, tetapi juga menjadi pedoman dalam membentuk perilaku ekonomi masyarakat yang lebih bertanggung jawab, bijaksana, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Melalui literasi keuangan syariah yang baik, masyarakat diharapkan mampu memanfaatkan berbagai layanan keuangan modern secara tepat, aman, dan tetap berlandaskan prinsip-prinsip Islam.

C. Penggunaan Fintech

Penggunaan financial technology atau fintech merupakan bentuk pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas layanan keuangan untuk mempermudah berbagai transaksi ekonomi masyarakat. Fintech hadir sebagai inovasi dalam sektor keuangan yang menggabungkan teknologi informasi dengan layanan finansial sehingga mampu memberikan kemudahan, kecepatan, efisiensi, dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi keuangan. Kehadiran fintech telah mengubah pola perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan, mulai dari pembayaran digital, transfer dana, tabungan, pembiayaan, hingga investasi secara online. Secara umum,

¹⁷ Anriza Witi Nasution and Marlya Fatira AK, "Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah," *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah* 7 (2019): 40–63.

penggunaan fintech dapat diartikan sebagai aktivitas individu dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan finansial. Penggunaan tersebut mencakup frekuensi penggunaan aplikasi, tingkat kemudahan dalam transaksi, kenyamanan layanan, serta keberlanjutan penggunaan platform digital dalam kehidupan sehari-hari. Dalam era digital modern, fintech menjadi salah satu solusi praktis yang mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas dibandingkan layanan keuangan konvensional.¹⁸

Perkembangan fintech di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring meningkatnya penggunaan internet dan smartphone di kalangan masyarakat. Kemajuan teknologi membuat layanan keuangan tidak lagi terbatas pada lembaga perbankan konvensional, tetapi telah berkembang melalui berbagai aplikasi digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Kondisi ini mendorong perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan. Dalam praktiknya, penggunaan fintech mencakup berbagai jenis layanan, seperti pembayaran digital (digital payment), pinjaman online (peer to peer lending), crowdfunding, asuransi digital, hingga investasi online. Salah satu bentuk fintech yang berkembang pesat saat ini adalah fintech investasi. Melalui aplikasi investasi digital, masyarakat dapat melakukan investasi dengan modal yang relatif kecil dan proses yang lebih sederhana dibandingkan investasi konvensional. Hal ini membuat layanan fintech semakin diminati, terutama oleh generasi muda yang akrab dengan teknologi digital.¹⁹

Penggunaan fintech juga memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat. Dari segi efisiensi, fintech mampu mempercepat proses transaksi tanpa harus datang langsung ke kantor layanan keuangan. Selain itu, fintech memberikan kemudahan akses informasi terkait produk keuangan sehingga masyarakat dapat mengambil keputusan finansial secara lebih cepat dan praktis. Dalam bidang investasi, fintech membantu masyarakat mengenal berbagai instrumen investasi secara mudah melalui aplikasi digital yang user friendly dan dilengkapi fitur edukasi keuangan. Di sisi lain, penggunaan fintech juga dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, seperti tingkat kepercayaan pengguna terhadap platform digital, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, kualitas layanan, serta pengaruh informasi dari media sosial dan lingkungan sekitar. Pengguna akan cenderung menggunakan fintech apabila merasa bahwa aplikasi tersebut aman, terpercaya, dan mampu memberikan manfaat sesuai kebutuhan. Sebaliknya, rendahnya tingkat kepercayaan terhadap keamanan data dan risiko penipuan dapat menjadi hambatan dalam penggunaan fintech.²⁰

Dalam perspektif ekonomi syariah, penggunaan fintech juga perlu memperhatikan prinsip-prinsip syariah Islam. Fintech syariah hadir sebagai alternatif layanan keuangan digital yang menerapkan sistem sesuai ketentuan syariat, seperti bebas riba, gharar, dan maysir.

¹⁸ Chairul Iksan Burhanuddin and Muhammad Nur Abdi, "Tingkat Pemahaman Dan Minat Masyarakat Dalam Penggunaan Fintech," *Owner: Jurnal Riset & Akuntansi* 3, no. 1 (2019): 21, <https://doi.org/10.33395/owner.v3i1.79>.

¹⁹ Marpaung Oktavia, Marasi Purba Darwin, and Maesaroh Siti, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Fintech Dan Dampaknya Terhadap Literasi Keuangan," *Jurnal Akuntansi* 10, no. 1 (2021): 98.

²⁰ Suyanto Suyanto and Taufan Adi Kurniawan, "Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech Pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)," *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 16, no. 1 (2019), <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>.

Penggunaan fintech syariah menjadi penting bagi masyarakat muslim agar aktivitas keuangan yang dilakukan tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, pemahaman mengenai literasi keuangan syariah menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan fintech berbasis syariah. Selain memberikan manfaat ekonomi, penggunaan fintech juga berperan dalam meningkatkan inklusi keuangan masyarakat. Banyak masyarakat yang sebelumnya sulit mengakses layanan keuangan formal kini dapat memanfaatkan layanan digital dengan lebih mudah. Hal ini menunjukkan bahwa fintech tidak hanya menjadi inovasi teknologi, tetapi juga sarana untuk memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan modern secara lebih merata.²¹

Namun demikian, penggunaan fintech juga memiliki tantangan tersendiri. Masih terdapat sebagian masyarakat yang kurang memahami cara penggunaan layanan digital sehingga rentan terhadap risiko kesalahan transaksi maupun penipuan online. Selain itu, rendahnya literasi keuangan menyebabkan sebagian pengguna menggunakan layanan fintech tanpa memahami risiko dan tanggung jawab finansial yang dimiliki. Oleh sebab itu, edukasi mengenai penggunaan fintech yang aman dan bijak menjadi sangat penting agar masyarakat mampu memanfaatkan teknologi keuangan secara optimal. Dengan demikian, penggunaan fintech merupakan bentuk transformasi modern dalam layanan keuangan yang memberikan kemudahan, efisiensi, dan aksesibilitas bagi masyarakat. Kehadiran fintech telah mengubah cara masyarakat dalam melakukan transaksi dan pengelolaan keuangan menjadi lebih praktis dan digital. Melalui penggunaan fintech yang tepat, masyarakat dapat meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan sekaligus mendukung perkembangan ekonomi digital yang lebih inklusif dan inovatif.

D. Pengaruh E-Trust E-Wom Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Fintech PT Bibit Tumbuh Bersama

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh e-trust, e-WOM, dan literasi keuangan syariah terhadap penggunaan fintech PT Bibit Tumbuh Bersama. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi Bibit. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan bantuan aplikasi statistik untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari e-trust (X1), e-WOM (X2), dan literasi keuangan syariah (X3), sedangkan variabel dependennya adalah penggunaan fintech (Y). Perkembangan fintech investasi di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir.²² Kehadiran aplikasi investasi digital seperti Bibit memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan investasi secara praktis melalui smartphone. Perubahan pola hidup masyarakat yang semakin digital menyebabkan penggunaan layanan fintech menjadi bagian penting dalam aktivitas keuangan modern. Namun demikian, keputusan masyarakat dalam menggunakan fintech tidak hanya dipengaruhi oleh kemajuan teknologi semata, melainkan juga dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan terhadap platform

²¹ Oktavia Marpaung, "Pengaruh Pengetahuan Penggunaan Fintech (Ovo Dan Gopay) Terhadap Literasi Keuangan," *Jurnal Akuntansi & Perpajakan* 2, no. No 2 Januari (2021): 77–85, <https://www.journal.stiejayakarta.ac.id/index.php/JAPJayakarta/article/view/57/44>.

²² Junaidi and Maskur, "Pengaruh Promosi Media Digital Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus BSI KC Meulaboh Imam Bonjol)," *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 3 (2025): 2888–2900, <https://doi.org/10.62710/1sxjf550>.

digital, pengaruh komunikasi elektronik, dan pemahaman keuangan syariah yang dimiliki pengguna.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, sebagian besar responden menyatakan bahwa aplikasi Bibit memiliki tampilan yang mudah dipahami, sistem transaksi yang cepat, serta keamanan yang baik dalam melindungi data pengguna. Selain itu, banyak responden mengaku mengenal aplikasi Bibit melalui media sosial, ulasan pengguna lain, dan rekomendasi dari teman maupun influencer digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan komunikasi digital memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan penggunaan fintech di kalangan masyarakat modern, khususnya generasi muda yang sangat aktif menggunakan internet dan media sosial. Di sisi lain, tingkat literasi keuangan syariah responden juga tergolong cukup baik. Sebagian besar responden memahami pentingnya investasi halal, larangan riba, dan pengelolaan keuangan sesuai prinsip syariah Islam. Pemahaman tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong masyarakat untuk memilih layanan investasi digital yang dianggap aman, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Dengan demikian, penggunaan fintech investasi tidak hanya didasarkan pada kemudahan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh pertimbangan nilai dan pemahaman keuangan syariah pengguna.²³

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah item-item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel sebesar 0,196. Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
E-Trust (X1)	5	0,512–0,781	0,196	Valid
E-WOM (X2)	5	0,534–0,804	0,196	Valid
Literasi Keuangan Syariah (X3)	5	0,498–0,776	0,196	Valid
Penggunaan Fintech (Y)	5	0,521–0,812	0,196	Valid

Berdasarkan tabel di atas, seluruh item pernyataan pada variabel e-trust, e-WOM, literasi keuangan syariah, dan penggunaan fintech memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan layak digunakan dalam proses penelitian. Validitas instrumen menjadi penting dalam penelitian kuantitatif karena menentukan tingkat ketepatan data yang diperoleh dari responden. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70. Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian dapat digunakan secara konsisten dalam pengukuran variabel penelitian.²⁴

²³ Devi Cahyaning Putri, Andhy Tri Adriyanto, and Info Artikel, "Pengaruh E-Service Quality Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Semarang)," *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 3 (2024): 252–65, <https://journals.usm.ac.id/index.php/jreb/article/view/7084/3757>.

²⁴ Navleen Kaur and Ashish Chandra, "The Impact Of Influencer Marketing On Consumer Purchasing Decisions In The Cosmetic Industry," *International Journal of Research Publication and Reviews* 6, no. 3 (2025): 9220–26, <https://doi.org/10.55248/gengpi.6.0325.12208>.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
E-Trust (X1)	0,821	0,70	Reliabel
E-WOM (X2)	0,834	0,70	Reliabel
Literasi Keuangan Syariah (X3)	0,806	0,70	Reliabel
Penggunaan Fintech (Y)	0,842	0,70	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap item-item pernyataan relatif stabil dan dapat dipercaya sebagai sumber data penelitian.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh e-trust, e-WOM, dan literasi keuangan syariah terhadap penggunaan fintech PT Bibit Tumbuh Bersama.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig.
Konstanta	5,214	-	-
E-Trust (X1)	0,342	4,215	0,000
E-WOM (X2)	0,287	3,874	0,001
Literasi Keuangan Syariah (X3)	0,301	4,012	0,000

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,214 + 0,342X_1 + 0,287X_2 + 0,301X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki arah pengaruh positif terhadap penggunaan fintech. Nilai konstanta sebesar 5,214 menunjukkan bahwa apabila variabel e-trust, e-WOM, dan literasi keuangan syariah dianggap konstan, maka penggunaan fintech tetap memiliki nilai sebesar 5,214. Koefisien regresi e-trust sebesar 0,342 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan e-trust akan meningkatkan penggunaan fintech sebesar 0,342. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi Bibit, maka semakin tinggi pula penggunaan fintech oleh masyarakat. Koefisien regresi e-WOM sebesar 0,287 menunjukkan bahwa peningkatan komunikasi elektronik dan ulasan positif mengenai aplikasi Bibit akan meningkatkan penggunaan fintech sebesar 0,287. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial dan komunikasi digital memiliki pengaruh penting dalam membentuk keputusan masyarakat menggunakan layanan fintech investasi. Sementara itu, koefisien regresi literasi keuangan syariah sebesar 0,301 menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman masyarakat mengenai keuangan syariah, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan fintech investasi.

Hasil Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Tabel 4. Hasil Uji t

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.	Keterangan
E-Trust (X1)	4,215	1,984	0,000	Berpengaruh Signifikan
E-WOM (X2)	3,874	1,984	0,001	Berpengaruh Signifikan
Literasi Keuangan Syariah (X3)	4,012	1,984	0,000	Berpengaruh Signifikan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel e-trust memiliki nilai t hitung sebesar 4,215 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa e-trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech PT Bibit Tumbuh Bersama. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan kualitas layanan aplikasi Bibit, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan fintech oleh masyarakat. Variabel e-WOM juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech dengan nilai t hitung sebesar 3,874 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ulasan positif, rekomendasi pengguna lain, dan informasi digital mengenai aplikasi Bibit mampu memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan fintech investasi. Sementara itu, variabel literasi keuangan syariah memiliki nilai t hitung sebesar 4,012 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech. Semakin baik pemahaman masyarakat mengenai investasi syariah dan pengelolaan keuangan Islami, maka semakin tinggi pula minat penggunaan fintech investasi digital.

Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F

F Hitung	F Tabel	Sig.	Keterangan
32,874	2,70	0,000	Berpengaruh Signifikan

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 32,874 lebih besar daripada F tabel sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel e-trust, e-WOM, dan literasi keuangan syariah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech PT Bibit Tumbuh Bersama. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan fintech investasi digital.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

R Square	Persentase Pengaruh
0,682	68,2%

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,682 menunjukkan bahwa variabel e-trust, e-WOM, dan literasi keuangan syariah mampu menjelaskan pengaruh terhadap penggunaan fintech sebesar 68,2%, sedangkan sisanya sebesar 31,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar

penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel penelitian memiliki kontribusi yang cukup kuat dalam memengaruhi penggunaan fintech PT Bibit Tumbuh Bersama. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan penggunaan fintech investasi tidak hanya dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, tetapi juga ditentukan oleh tingkat kepercayaan pengguna, komunikasi digital yang positif, dan pemahaman keuangan syariah masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan fintech perlu terus meningkatkan keamanan sistem, menjaga reputasi positif di media digital, serta memberikan edukasi keuangan syariah kepada masyarakat agar penggunaan fintech dapat berkembang secara lebih luas dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa e-trust, e-WOM, dan literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech PT Bibit Tumbuh Bersama. Tingginya tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan, kredibilitas, dan kualitas layanan aplikasi mampu meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan fintech investasi digital. Kepercayaan menjadi faktor penting karena layanan investasi berkaitan langsung dengan keamanan data dan pengelolaan dana pengguna. Selain itu, e-WOM juga terbukti berpengaruh positif melalui ulasan, rekomendasi, dan pengalaman pengguna yang tersebar di media sosial maupun platform digital. Informasi positif tersebut mampu membangun citra serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan aplikasi Bibit sehingga mendorong keputusan penggunaan fintech investasi. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap penggunaan fintech. Pemahaman masyarakat mengenai investasi syariah, pengelolaan keuangan Islami, dan larangan riba membuat pengguna lebih yakin dalam memilih layanan investasi digital yang aman dan sesuai prinsip syariah. Secara bersama-sama, ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi besar terhadap penggunaan fintech investasi digital. Dengan demikian, penggunaan fintech tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan pengguna, komunikasi digital yang positif, serta pemahaman keuangan syariah yang baik. Oleh karena itu, perusahaan fintech perlu terus meningkatkan kualitas layanan, memperkuat keamanan sistem, menjaga reputasi positif di media digital, dan memperluas edukasi literasi keuangan syariah agar penggunaan fintech dapat berkembang lebih luas, aman, dan sesuai kebutuhan masyarakat modern.

Daftar Putaka

- Ali, Jamaluddin, and Ridwan Faroji. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Sosial; Tesponsibility Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Neraca Peradaban* 1, no. 2 (2021): 128–35.
- Anandiyara, Savira, and Bambang Eko Samiono. "Analisis Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Melalui E-Trust, E-WOM, Brand Awareness Dan Attitude Towards Advertisment Pada E- Commerce Lazada." *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 7, no. 2 (2020): 4122–33.
- Atito, Mahmoud, Sabreen Abd El-Jalil, Ahmed Rady, and Walaa Fawy. "The Effect of E-WOM through Social Media on Purchasing Intention: The Mediating Role of E-Trust at the Egyptian Youth Hostels." *International Journal of Tourism and Hospitality Management* 6, no. 1 (2023): 206–28. <https://doi.org/10.21608/ijthm.2023.300884>.
- Ayu Kumala Dewi, Refita, and Sri Padmantlyo. "Pengaruh E-Trust Dan E-WOM Terhadap Customer Satisfaction Dengan Customer Loyalty Sebagai Variabel Mediasi." *Journal of*

- Accounting and Finance Management* 6, no. 1 (2025): 311–24.
<https://doi.org/10.38035/jafm.v6i1.1694>.
- Burhanuddin, Chairul Iksan, and Muhammad Nur Abdi. “Tingkat Pemahaman Dan Minat Masyarakat Dalam Penggunaan Fintech.” *Owner: Jurnal Riset & Akuntansi* 3, no. 1 (2019): 21. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i1.79>.
- Devi, Sari, Rahmad Solling Hamid, and Edi Maszudi. “Peran E-Wom e-Service Quality Dan e-Trust Dalam Menentukan Keputusan Pembelian.” *Jesya* 6, no. 2 (2023): 1888–98. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1187>.
- Emeralda, Jeni Wulandari, and Diang Adistyia. “Analisis E-Trust, E-WOM, Dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Jurnal Perspektif Bisnis* 3, no. 2 (2020): 63–75. <https://jpb.fisip.unila.ac.id/index.php/jpb/article/view/19/14>.
- Hartanto, Prasetyo, and Fransisca Lajj. “Model E-WoM Dan Perceived Value Dalam Meningkatkan E-Repurchase Intention Dengan Mediasi E-Trust.” *Jurnal Manajerial* 11, no. 02 (2024): 334–55. <https://journal.umg.ac.id/index.php/manajerial/article/view/7549>.
- Hayani N. “E-Wom, E-Trust Dan Keluarga Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Online Generasi Z Di Kota Pekanbaru Nurrahmi Hayani.” *Jurnal Audit, Akuntansi, Dan Manajemen* 1, no. 4 (2023): 2023. <https://naaspublishing.com/index.php/jaamter/article/view/64/47>.
- Irawati, Yuyun Febrian, Ginta Ginting, and Donni Juni Priansa. “Meningkatkan Loyalitas Pengguna Mobile Banking Bank BPD DIY Melalui Layanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan.” *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 2 (2025): 441–55. <https://doi.org/10.33059/jseb.v16i2.11120>.
- Junaidi, and Maskur. “Pengaruh Promosi Media Digital Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus BSI KC Meulaboh Imam Bonjol).” *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 3 (2025): 2888–2900. <https://doi.org/10.62710/1sxjf550>.
- Kaur, Navleen, and Ashish Chandra. “The Impact Of Influencer Marketing On Consumer Purchasing Decisions In The Cosmetic Industry.” *International Journal of Research Publication and Reviews* 6, no. 3 (2025): 9220–26. <https://doi.org/10.55248/gengpi.6.0325.12208>.
- Kolefiyan, Ihsyan, Hasni Dyah Kurniawati, Ummu Arofah, Mirna Aulia Sari, Khoirul Alfian Saleh, and Luthfi Dzaki Rabbani. “The Impact of E-Service Quality and E-Market Orientation on E-Wom through E-Trust as a Mediator for Shopee Users.” *Jurnal Economic Resource* 7, no. 2 (2025): 250–62. <https://doi.org/10.57178/jer.v7i2.1103>.
- Listianayanti, I Gusti Ayu Priska, Ni Nyoman Sri Wisudawati, and Muhammad Syarofi. “The Influence of E-Service Quality, E-Trust and E-Wom on Live Streaming Purchase Decisions.” *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 17, no. 2 (2023): 199–210. <https://doi.org/10.26533/eksis.v17i2.1105>.
- Marpaung, Oktavia. “Pengaruh Pengetahuan Penggunaan Fintech (Ovo Dan Gopay) Terhadap Literasi Keuangan.” *Jurnal Akuntansi & Perpajakan* 2, no. No 2 Januari (2021): 77–85. <https://www.journal.stiejayakarta.ac.id/index.php/JAPJayakarta/article/view/57/44>.
- Murapi, Ikang, and Dewa Ayu Oki Astarini. “Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Terhadap Pengelolaan Dana Desa Dengan Pendekatan Deskriptif Asosiatif.” *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 9, no. 2 (2025): 723. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v9i2.1851>.
- Nasution, Anriza Witi, and Marlya Fatira AK. “Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah.” *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah* 7 (2019): 40–63.
- Oktavia, Marpaung, Marasi Purba Darwin, and Maesaroh Siti. “Analisis Faktor Yang

- Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Fintech Dan Dampaknya Terhadap Literasi Keuangan.” *Jurnal Akuntansi* 10, no. 1 (2021): 98.
- Purnomo, Arie Setyo Dwi, and Mochamad Reza Adiyanto. “Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah.” *Jurnal Administrasi Kantor* 9, no. 1 (2021): 1–12. <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1461>.
- Putri, Devi Cahyaning, Andhy Tri Adriyanto, and Info Artikel. “Pengaruh E-Service Quality Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Semarang).” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 3 (2024): 252–65. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jreb/article/view/7084/3757>.
- Surakarta, Universitas Muhammadiyah. “Indonesian Journal of Digital Business Pengaruh Trust , Convenience , Compliance , Dan Security Terhadap Customer Loyalty Pada Aplikasi Pembayaran Digital Di Kalangan Mahasiswa.” *Indonesian Journal of Digital Business* 5, no. 4 (2026): 2346–68. <https://ejournal.upi.edu/index.php/IJDB/article/view/98708/36011>.
- Sutisna, Muhammad Cakra Powari, Ahmad Filki, and Kurniati. “Pengaruh Kemandirian Finansial Perempuan Terhadap Relasi Gender Dalam Keluarga.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu* 8, no. 11 (2024): 261–70.
- Suyanto, Suyanto, and Taufan Adi Kurniawan. “Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech Pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM).” *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 16, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>.
- Tataningtyas, Luluk, and Endang Tjahjaningsih. “Faktor Yang Mempengaruhi E-Trust Serta Dampaknya Pada Repurchase Intention.” *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 15, no. 1 (2022): 55–67. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i1.616>.