

PENGARUH PITCHING DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTOR

Wilyan Arta Al Majid¹, Selvy Afrioza²

artaalmajidwilyan@gmail.com¹, selvyafrioza6@gmail.com²

Universitas Yatsi Madani

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pendanaan usaha dan interaksi antara investor serta pelaku bisnis, terutama melalui mekanisme crowdfunding. Pitching digital menjadi salah satu strategi penting dalam menyampaikan informasi proyek secara online, mencakup rencana bisnis, proyeksi keuntungan, dan transparansi penggunaan dana. Pitching digital yang efektif tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun citra profesionalisme fundraiser, mengurangi ketidakpastian risiko, dan memengaruhi motivasi investor untuk berinvestasi. Literasi keuangan memiliki peran sentral dalam memperkuat pengaruh pitching digital, di mana investor dengan literasi tinggi mampu mengevaluasi peluang dan risiko investasi secara objektif, sedangkan investor dengan literasi rendah cenderung ragu atau menunda keputusan. Perkembangan fintech dan digitalisasi pasar modal turut meningkatkan efisiensi, transparansi, dan kredibilitas platform, sehingga memengaruhi persepsi risiko investor terhadap proyek crowdfunding. Selain itu, edukasi investor juga menjadi faktor penting untuk memastikan keputusan investasi lebih rasional dan berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur untuk menganalisis hubungan antara pitching digital, literasi keuangan, kredibilitas platform, dan edukasi investor terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan panduan strategis bagi platform crowdfunding, fundraiser, dan investor dalam meningkatkan efektivitas pitching digital serta keberhasilan pendanaan di era digital.

Kata Kunci: Pitching Digital, Crowdfunding, Literasi Keuangan, Kredibilitas Platform, Keputusan Investor.

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed the way businesses are funded and interactions between investors and business owners occur, particularly through crowdfunding mechanisms. Digital pitching has become a crucial strategy for conveying project information online, including business plans, profit projections, and transparency regarding the use of funds. Effective digital pitching not only provides information but also builds the fundraiser's professional image, reduces risk uncertainty, and influences investor motivation to invest. Financial literacy plays a central role in strengthening the influence of digital pitching, where investors with high literacy are able to objectively evaluate investment opportunities and risks, while investors with low literacy tend to hesitate or delay decisions. The development of fintech and the digitalization of capital markets have also increased the efficiency, transparency, and credibility of platforms, thus influencing investor risk perceptions regarding crowdfunding projects. Furthermore, investor education is also a crucial factor in ensuring more rational and sustainable investment decisions. This study uses a literature review method to analyze the relationship between digital pitching, financial literacy, platform credibility, and investor education on investment decisions. The results are expected to provide strategic guidance for crowdfunding platforms, fundraisers, and investors in improving the effectiveness of digital pitching and funding success in the digital era.

Keywords: Digital Pitching, Crowdfunding, Financial Literacy, Platform Credibility, Investor Decisions.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor ekonomi, terutama dalam mekanisme pendanaan usaha dan interaksi antara investor

dan pelaku bisnis. Transformasi ini menciptakan ekosistem ekonomi digital di mana akses informasi menjadi lebih cepat, transparan, dan terukur. Salah satu inovasi yang menonjol adalah crowdfunding, yang memungkinkan UMKM dan startup memperoleh modal secara kolektif melalui kontribusi dari banyak investor. Berbeda dengan pendanaan konvensional yang cenderung bersifat eksklusif dan membutuhkan proses yang panjang, crowdfunding menawarkan cara alternatif yang lebih fleksibel dan inklusif. Dalam konteks ini, pitching digital menjadi alat utama untuk menjembatani komunikasi antara fundraiser dan investor, memungkinkan informasi proyek disampaikan secara interaktif, terstruktur, dan persuasif.

Pitching digital merupakan proses penyampaian informasi proyek atau usaha melalui platform digital dengan tujuan menarik minat investor. Informasi yang disampaikan mencakup rencana bisnis, strategi pengembangan, proyeksi keuntungan, dan transparansi penggunaan dana. Menurut Bakti, Pranata, dan Anwar (2021), kualitas pitching digital merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan crowdfunding. Pitching yang jelas, meyakinkan, dan menarik tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun citra profesionalisme fundraiser dan keseriusan usaha yang diajukan. Dengan demikian, penyusunan pitching digital bukan sekadar aktivitas informatif, tetapi juga strategi komunikasi yang memengaruhi persepsi risiko dan motivasi investor dalam mengambil keputusan investasi.

Selain aspek komunikasi, pitching digital memiliki dimensi psikologis yang signifikan. Investor sering menghadapi ketidakpastian mengenai risiko dan potensi imbal hasil suatu proyek. Pitching digital yang efektif dapat mengurangi persepsi ketidakpastian tersebut melalui penyajian data yang transparan, narasi persuasif, serta visualisasi yang menarik. Hal ini membantu investor merasa lebih aman dalam menempatkan dana mereka, karena mereka memperoleh gambaran realistis mengenai risiko dan peluang proyek. Bakti, Pranata, dan Anwar (2021) menekankan bahwa keberhasilan pitching digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas proyek, tetapi juga oleh cara informasi tersebut disampaikan. Artinya, strategi komunikasi digital menjadi instrumen penting dalam membangun kepercayaan dan keyakinan investor.

Literasi keuangan memainkan peran sentral dalam memperkuat efektivitas pitching digital. Nadhiroh (2024) menegaskan bahwa investor dengan literasi keuangan tinggi mampu menilai peluang dan risiko investasi secara objektif, membaca laporan keuangan, dan menilai kredibilitas fundraiser. Investor semacam ini tidak hanya terpengaruh oleh daya tarik visual atau narasi persuasif, tetapi juga mempertimbangkan validitas dan kualitas informasi yang disampaikan. Sebaliknya, investor dengan literasi rendah cenderung ragu atau menunda keputusan meskipun pitching digital disajikan dengan menarik. Oleh karena itu, literasi keuangan berperan sebagai variabel mediasi yang memungkinkan pitching digital memberikan dampak lebih signifikan terhadap keputusan investasi, terutama dalam konteks crowdfunding berbasis teknologi.

Perkembangan fintech telah mempercepat digitalisasi pasar modal dan membuka akses investasi yang lebih luas. Fintech memungkinkan investor menilai proyek secara real-time, membandingkan peluang, dan memperoleh informasi yang transparan mengenai pengelolaan dana. Teknologi blockchain, analisis data, dan sistem keamanan transaksi digital turut meningkatkan kredibilitas platform, sehingga investor merasa lebih aman untuk berpartisipasi. Syahputra, Kamila, Salladin, dan Arum (2024) menekankan bahwa integrasi teknologi dalam proses pitching digital tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memperkuat kepercayaan investor terhadap platform dan proyek. Inovasi fintech ini secara langsung memengaruhi bagaimana pitching digital diterima, dievaluasi, dan menjadi dasar keputusan investasi.

Kredibilitas platform crowdfunding juga menjadi faktor penting dalam pengambilan

keputusan investasi. Investor cenderung memilih platform yang memiliki reputasi baik, transparan, dan aman. Paramita (2024) menekankan bahwa kredibilitas mencakup konsistensi informasi, rekam jejak sukses proyek, serta integritas fundraiser. Pitching digital yang disampaikan melalui platform terpercaya mampu meningkatkan keyakinan investor bahwa dana yang ditempatkan akan dikelola dengan baik dan risiko penipuan diminimalkan. Lukkarinen, Wallenius, dan Seppälä (2019) juga menunjukkan bahwa sinyal kredibilitas platform dan fundraiser menjadi indikator penting dalam persepsi kualitas proyek. Oleh karena itu, strategi pitching digital tidak bisa dipisahkan dari reputasi dan keandalan platform yang digunakan.

Edukasi investor menjadi faktor penunjang yang memperkuat pengaruh pitching digital. Investor yang memahami mekanisme investasi digital, risiko yang terkait, dan potensi imbal hasil akan lebih percaya diri dalam menilai peluang investasi. Sari dan Dana (2024) menekankan bahwa kombinasi edukasi finansial, transparansi informasi, dan kualitas pitching digital akan mendorong investor untuk membuat keputusan yang lebih rasional dan objektif. Selain itu, literasi keuangan digital juga meningkatkan kemampuan investor dalam mengelola risiko jangka panjang, sehingga keputusan investasi tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga strategis dan berkelanjutan.

Pitching digital bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga instrumen strategis yang memengaruhi persepsi risiko, kepercayaan, dan motivasi investor. Integrasi antara literasi keuangan, kredibilitas platform, edukasi investor, dan teknologi digital membentuk ekosistem investasi yang efisien dan transparan. Investor dapat menilai peluang secara lebih objektif, sementara fundraiser dapat menyampaikan informasi secara lebih persuasif dan profesional. Tren ini menunjukkan bahwa efektivitas pitching digital sangat bergantung pada interaksi sinergis antara faktor internal (literasi dan edukasi) dan faktor eksternal (platform dan teknologi).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pitching digital terhadap keputusan investor dengan mempertimbangkan literasi keuangan, kredibilitas platform, edukasi investor, dan perkembangan fintech. Dengan menggunakan pendekatan studi literatur, penelitian ini mengkaji temuan dari berbagai jurnal dan penelitian sebelumnya untuk membangun pemahaman komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan panduan strategis bagi platform crowdfunding, fundraiser, dan investor dalam mengoptimalkan pitching digital untuk meningkatkan keberhasilan pendanaan di era digital.

KAJIAN PUSTAKA

Pitching Digital dan Crowdfunding

Pitching digital adalah proses penyampaian informasi proyek atau usaha secara online kepada calon investor, biasanya melalui platform crowdfunding. Pitching digital mencakup penyajian rencana bisnis, strategi pengembangan usaha, proyeksi keuntungan, serta transparansi penggunaan dana yang diajukan. Menurut Bakti, Pranata, dan Anwar (2021), keberhasilan crowdfunding sangat bergantung pada kualitas pitching digital. Semakin jelas, menarik, dan meyakinkan penyampaian informasi dalam pitching digital, semakin tinggi kemungkinan investor merasa yakin dan terdorong untuk berinvestasi. Informasi yang disampaikan harus dapat memberikan gambaran realistis tentang risiko dan potensi keuntungan sehingga investor mampu membuat keputusan yang rasional. Selain itu, pitch yang baik juga mencerminkan profesionalitas fundraiser dan keseriusan usaha yang diajukan, yang secara tidak langsung membangun kepercayaan investor terhadap proyek.

Selain itu, pitching digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai mekanisme psikologis yang memengaruhi persepsi risiko investor. Pitching yang

efektif dapat mengurangi ketidakpastian dan menekankan nilai potensial investasi, sehingga investor merasa lebih aman untuk menempatkan dana mereka. Bakti, Pranata, dan Anwar (2021) menegaskan bahwa keberhasilan crowdfunding tidak hanya ditentukan oleh kualitas proyek, tetapi juga oleh bagaimana informasi tersebut disampaikan. Visualisasi data yang menarik, penjelasan yang sistematis, serta narasi yang persuasif dapat meningkatkan kepercayaan investor, memperkuat keyakinan mereka terhadap fundraiser, dan mendorong keputusan investasi secara positif.

Literasi Keuangan dan Keputusan Investor

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami konsep-konsep dasar investasi, risiko, keuntungan, dan manajemen keuangan. Nadhiroh (2024) menegaskan bahwa literasi keuangan menjadi faktor penting dalam menentukan niat investor, terutama pada platform equity crowdfunding. Investor yang memahami mekanisme investasi digital cenderung dapat menilai peluang dan risiko secara objektif, sehingga keputusan investasi lebih rasional dan tidak hanya berdasarkan intuisi. Literasi keuangan juga memungkinkan investor untuk membaca laporan keuangan, memeriksa proyeksi bisnis, dan menilai kredibilitas fundraiser, yang secara keseluruhan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam ekosistem crowdfunding.

Selain itu, literasi keuangan berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pitching digital dan keputusan investor. Kepercayaan terhadap platform dan fundraiser akan lebih mudah dibangun apabila investor memahami risiko dan potensi keuntungan investasi yang ditawarkan. Nadhiroh (2024) menekankan bahwa investor dengan literasi tinggi lebih responsif terhadap pitching digital yang baik karena mereka mampu menilai validitas informasi yang disampaikan. Sebaliknya, investor dengan literasi rendah mungkin cenderung ragu atau menghindari investasi, meskipun pitching digital disajikan dengan menarik. Oleh karena itu, edukasi finansial menjadi strategi penting bagi platform crowdfunding untuk memastikan bahwa investor dapat membuat keputusan yang tepat dan meningkatkan keberhasilan pendanaan.

Perkembangan Fintech dan Pasar Modal Digital

Fintech (financial technology) telah menjadi salah satu pendorong utama digitalisasi pasar modal dan investasi, terutama bagi UMKM di Indonesia. Syahputra, Kamila, Salladin, dan Arum (2024) menyatakan bahwa fintech memudahkan UMKM untuk mengakses sumber pendanaan yang sebelumnya sulit dijangkau melalui perbankan tradisional. Platform digital menyediakan informasi secara real-time, transparan, dan dapat diakses oleh banyak investor. Hal ini membuat pitching digital lebih efektif karena investor memiliki akses mudah untuk menilai proyek, mengecek data, dan membandingkan peluang investasi. Selain itu, fintech menghadirkan inovasi seperti blockchain, analisis data, dan sistem keamanan transaksi yang meningkatkan kredibilitas proyek dan transparansi penggunaan dana.

Putri, Wulandari, Aristawati, dan Apridasari (2025) menekankan bahwa digitalisasi pasar modal membawa peluang dan tantangan. Peluangnya meliputi peningkatan minat investasi, akses investor yang lebih luas, serta kemudahan evaluasi risiko proyek. Tantangannya termasuk perlunya literasi keuangan yang memadai dan keamanan data digital. Sementara itu, Rinjani, Darussalam, dan Shavira (2024) menekankan bahwa integrasi teknologi informasi menjadi kunci keberhasilan pitching digital. Pitching yang efektif memanfaatkan teknologi untuk menyajikan informasi secara interaktif dan transparan, sehingga meningkatkan kepercayaan investor terhadap proyek dan platform.

Kepercayaan dan Kredibilitas Platform

Kepercayaan investor terhadap platform crowdfunding merupakan salah satu faktor kunci dalam keputusan investasi. Paramita (2024) menegaskan bahwa investor cenderung

lebih memilih platform yang transparan, aman, dan memiliki reputasi baik. Kredibilitas platform tidak hanya dilihat dari keamanan transaksi, tetapi juga dari konsistensi informasi, transparansi penggunaan dana, dan rekam jejak sukses proyek sebelumnya. Pitching digital yang disampaikan melalui platform terpercaya cenderung lebih efektif karena investor merasa yakin bahwa dana mereka akan dikelola dengan baik dan risiko penipuan lebih rendah.

Selain itu, Wallep, Minami, dan Rade (2025) menambahkan bahwa perkembangan ekonomi digital memengaruhi persepsi risiko dan kepercayaan investor terhadap pasar modal. Dalam konteks pitching digital, kombinasi antara informasi yang jelas, reputasi fundraiser, dan kredibilitas platform menjadi faktor utama yang menentukan apakah investor akan mengambil keputusan untuk menanamkan dana. Pitching digital yang didukung platform terpercaya mampu membangun kepercayaan secara psikologis, memfasilitasi evaluasi risiko, dan meningkatkan peluang keberhasilan investasi. Dengan demikian, kredibilitas platform dan kualitas pitching digital saling berkaitan dalam memengaruhi keputusan investor.

Digitalisasi Pasar Modal dan Edukasi Investor

Digitalisasi pasar modal telah membuka peluang besar bagi investor dan UMKM untuk berinteraksi lebih mudah dan efisien. Sari dan Dana (2024) menekankan bahwa edukasi investor mengenai pasar modal digital penting untuk meningkatkan minat investasi. Investor yang memahami literasi keuangan dan risiko investasi digital mampu mengevaluasi proyek crowdfunding secara lebih objektif. Pitching digital yang disajikan melalui platform edukatif dan transparan menjadi lebih efektif karena investor dapat menilai peluang dan risiko dengan lebih jelas.

Selain itu, edukasi finansial berperan dalam memperkuat respons investor terhadap pitching digital. Investor yang memiliki pengetahuan tentang mekanisme investasi digital lebih percaya diri dalam mengambil keputusan, sehingga peluang keberhasilan crowdfunding meningkat. Sari dan Dana (2024) juga menekankan bahwa kombinasi antara edukasi investor, transparansi informasi, dan kredibilitas platform menjadi faktor kunci untuk mendorong pertumbuhan pasar modal digital. Dengan demikian, edukasi investor tidak hanya meningkatkan literasi finansial, tetapi juga memperkuat efektivitas pitching digital dalam memengaruhi keputusan investasi.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (literature review) untuk menganalisis pengaruh pitching digital terhadap keputusan investor dalam konteks crowdfunding dan digitalisasi pasar modal. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menyintesis temuan-temuan dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik, sehingga dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investor, termasuk literasi keuangan, kredibilitas platform, dan digitalisasi pasar modal.

Proses penelitian dimulai dengan pemilihan sumber literatur. Kriteria inklusi mencakup jurnal, prosiding, dan skripsi yang membahas pitching digital, crowdfunding, literasi keuangan digital, fintech, dan perilaku investasi di era digital. Literatur yang digunakan berasal dari publikasi antara tahun 2019 hingga 2025 untuk memastikan relevansi dan keterkinian data. Peneliti memfokuskan pada sumber-sumber yang memiliki metodologi empiris maupun konseptual yang valid, termasuk jurnal nasional dan internasional, serta penelitian yang diterbitkan di prosiding seminar.

Tahap berikutnya adalah pengumpulan data literatur. Peneliti mengakses artikel melalui database online, repositori universitas, dan platform jurnal nasional maupun

internasional. Setiap artikel dibaca secara mendalam untuk mengidentifikasi informasi utama terkait pitching digital, mekanisme pengambilan keputusan investor, peran literasi keuangan, kredibilitas platform, dan digitalisasi pasar modal. Informasi yang diperoleh dicatat dalam tabel sintesis untuk mempermudah analisis komparatif antarpemelitian.

Setelah data terkumpul, dilakukan analisis dan sintesis literatur. Peneliti mengelompokkan temuan berdasarkan tema utama: (1) kualitas pitching digital, (2) literasi keuangan dan peranannya dalam pengambilan keputusan, (3) perkembangan fintech dan digitalisasi pasar modal, (4) kredibilitas platform dan kepercayaan investor, serta (5) edukasi investor dan respons terhadap pitching digital. Analisis dilakukan dengan membandingkan hasil penelitian, menyoroti kesamaan, perbedaan, serta tren terbaru, sehingga menghasilkan pemahaman yang menyeluruh dan argumentasi yang sistematis.

Akhirnya, penelitian ini menghasilkan sintesis konseptual yang menggabungkan temuan dari 15 jurnal utama, antara lain Bakti, Pranata, & Anwar (2021); Kartini (2022); Nadhiroh (2024); Syahputra, Kamila, Salladin, & Arum (2024); Putri, Wulandari, Aristawati, & Apridasari (2025); Rinjani, Darussalam, & Shavira (2024); Paramita (2024); Wallep, Minami, & Rade (2025); Akter, Kummer, & Green (2025); Kristian & Setyawan (2024); Yang, Xin, Zeng, & Liu (2025); Lukkarinen, Wallenius, & Seppälä (2019); Saputri & Fasa (2025); Sari & Dana (2024); Yuliyanti & Muntashofi (2025). Sintesis ini digunakan untuk membangun kerangka pemahaman tentang bagaimana pitching digital, literasi keuangan, kredibilitas platform, dan edukasi investor secara bersama-sama memengaruhi keputusan investasi di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pitching Digital terhadap Keputusan Investor

Pitching digital merupakan salah satu elemen kunci dalam proses pengambilan keputusan investasi pada platform crowdfunding. Proses ini melibatkan penyampaian informasi proyek secara online dengan tujuan menarik minat investor melalui penyajian rencana bisnis, strategi pengembangan usaha, proyeksi keuntungan, serta transparansi penggunaan dana. Menurut Bakti, Pranata, dan Anwar (2021), kualitas pitching digital menjadi faktor penentu keberhasilan pendanaan, karena informasi yang jelas, sistematis, dan meyakinkan dapat membangun citra profesionalisme fundraiser sekaligus menunjukkan keseriusan usaha yang diajukan. Selain aspek informatif, penyusunan presentasi yang menarik dan penggunaan visualisasi data yang interaktif menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam memengaruhi persepsi risiko investor. Investor tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga mampu menilai validitas data, membandingkan peluang investasi, dan mengecek rekam jejak fundraiser dengan lebih cepat dan efisien, sebagaimana dijelaskan oleh Yang, Xin, Zeng, dan Liu (2025). Hal ini menegaskan bahwa pitching digital tidak sekadar sarana penyampaian informasi, melainkan juga instrumen strategis yang memengaruhi kepercayaan, keyakinan, dan keputusan investasi investor.

Selain berfungsi sebagai media penyampaian informasi, pitching digital juga bertindak sebagai alat sinyal yang memberikan indikasi kualitas proyek kepada investor. Investor menggunakan berbagai isyarat, baik yang relevan terhadap substansi proyek maupun peripheral cues seperti desain presentasi, kualitas narasi, dan reputasi platform, untuk menilai potensi imbal hasil dan risiko investasi (Akter, Kummer, & Green, 2025; Lukkarinen, Wallenius, & Seppälä, 2019). Pitching yang disusun dengan strategi komunikasi yang matang, termasuk visualisasi data yang informatif, narasi persuasif, serta struktur presentasi yang logis, mampu membangun persepsi positif terhadap kredibilitas dan profesionalitas fundraiser. Dengan demikian, pitching digital menjadi lebih dari sekadar media komunikasi; ia juga berperan sebagai mekanisme psikologis yang mengurangi

ketidakpastian investor dan meningkatkan rasa aman dalam pengambilan keputusan investasi.

Secara keseluruhan, pengaruh pitching digital terhadap keputusan investor bersifat multidimensional. Tidak hanya menyampaikan informasi secara faktual, pitching digital juga mengirimkan sinyal kualitas proyek dan profesionalitas fundraiser, sehingga investor memperoleh dasar yang lebih kuat untuk menilai risiko dan peluang investasi. Efektivitas pitching digital ditentukan oleh kualitas penyampaian informasi, penggunaan media visual yang mendukung pemahaman, serta reputasi fundraiser dan platform yang digunakan. Kombinasi antara elemen-elemen tersebut menciptakan interaksi sinergis yang meningkatkan keyakinan investor dan mendorong mereka untuk melakukan keputusan investasi yang lebih cepat, rasional, dan terinformasi, sebagaimana disarankan oleh penelitian Kartini (2022) dan Akter, Kummer, & Green (2025). Oleh karena itu, pitching digital bukan sekadar alat promosi, melainkan instrumen strategis yang menjadi fondasi utama keberhasilan crowdfunding di era ekonomi digital.

2. Literasi Keuangan dan Peranannya dalam Keputusan Investasi

Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami konsep dasar investasi, manajemen risiko, dan strategi pengelolaan keuangan (Nadhiroh, 2024). Investor yang memiliki literasi tinggi dapat mengevaluasi peluang dan risiko investasi digital secara objektif, sehingga keputusan yang diambil lebih rasional. Sari dan Dana (2024) menekankan pentingnya edukasi finansial agar investor mampu membaca laporan keuangan, menilai kredibilitas fundraiser, dan memahami potensi keuntungan atau kerugian. Penelitian oleh Kristian dan Setyawan (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital juga meningkatkan kualitas keputusan investasi pada aset keuangan digital, karena investor mampu menafsirkan data dan sinyal pasar secara efektif.

Selain itu, literasi keuangan berperan sebagai variabel mediasi antara pitching digital dan keputusan investor. Investor yang memahami risiko dan peluang investasi digital akan lebih responsif terhadap pitching yang jelas dan persuasif (Nadhiroh, 2024; Saputri & Fasa, 2025). Sementara investor dengan literasi rendah cenderung ragu atau menunda keputusan meskipun pitching digital disajikan dengan menarik. Temuan dari Yuliyanti dan Muntashofi (2025) juga menekankan bahwa literasi digital dan perilaku pengelolaan keuangan mendorong pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat, sehingga edukasi finansial menjadi faktor kunci bagi platform crowdfunding untuk meningkatkan keberhasilan pendanaan.

3. Perkembangan Fintech dan Digitalisasi Pasar Modal

Fintech telah mempermudah akses UMKM dan startup ke modal melalui platform digital, meningkatkan transparansi, dan mempercepat proses evaluasi proyek (Syahputra, Kamila, Salladin, & Arum, 2024). Platform digital memungkinkan investor menilai proyek secara real-time, memeriksa data, dan membandingkan peluang investasi dengan lebih mudah. Inovasi teknologi seperti blockchain dan sistem keamanan transaksi meningkatkan kepercayaan investor, sehingga pitching digital menjadi lebih efektif. Putri, Wulandari, Aristawati, dan Apridasari (2025) menekankan bahwa digitalisasi pasar modal menciptakan peluang bagi investor baru dan meningkatkan minat investasi, namun tetap menuntut literasi digital yang memadai dan keamanan data.

Rinjani, Darussalam, dan Shavira (2024) menambahkan bahwa integrasi teknologi informasi menjadi kunci keberhasilan pitching digital. Informasi yang interaktif, visualisasi data yang menarik, dan platform digital yang responsif memungkinkan investor mengevaluasi risiko proyek secara lebih transparan. Wallep, Minami, dan Rade (2025) menegaskan bahwa perkembangan ekonomi digital memengaruhi persepsi risiko investor dan meningkatkan akuntabilitas platform, sehingga digitalisasi pasar modal tidak hanya

mendukung efisiensi tetapi juga memperkuat kepercayaan dan kredibilitas pitching digital.

4. Kredibilitas Platform dan Kepercayaan Investor

Kepercayaan investor terhadap platform crowdfunding menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan (Paramita, 2024). Platform yang memiliki reputasi baik, transparan, dan dilengkapi sistem keamanan yang memadai cenderung menarik lebih banyak investasi. Pitching digital yang disajikan melalui platform terpercaya lebih efektif karena investor yakin dana mereka dikelola dengan baik dan risiko penipuan diminimalkan. Wallep, Minami, dan Rade (2025) menekankan bahwa kombinasi antara kredibilitas platform, reputasi fundraiser, dan penyampaian informasi yang jelas memengaruhi persepsi risiko dan peluang investasi.

Selain itu, Lukkarinen, Wallenius, dan Seppälä (2019) menunjukkan bahwa investor memanfaatkan sinyal kredibilitas untuk menilai kualitas proyek. Pitching digital yang menggabungkan informasi lengkap, kredibilitas fundraiser, dan platform yang terpercaya meningkatkan keyakinan investor dan memperbesar kemungkinan investasi. Dengan demikian, integritas platform merupakan faktor yang tidak bisa dipisahkan dari strategi pitching digital untuk menarik dan mempertahankan investor.

5. Edukasi Investor dan Respons terhadap Pitching Digital

Edukasi investor memegang peranan penting dalam meningkatkan efektivitas pitching digital sebagai instrumen pengambilan keputusan investasi. Investor yang memiliki pemahaman mendalam mengenai literasi keuangan dan mekanisme investasi digital mampu mengevaluasi proyek crowdfunding dengan lebih objektif. Sari dan Dana (2024) menekankan bahwa investor yang teredukasi secara finansial dapat menilai risiko, proyeksi keuntungan, dan kelayakan proyek secara rasional. Pitching digital yang disajikan melalui platform edukatif dan transparan memberikan informasi yang cukup, terstruktur, dan mudah dipahami sehingga investor dapat membuat keputusan investasi dengan lebih percaya diri. Dengan demikian, edukasi investor bukan hanya meningkatkan kemampuan analisis, tetapi juga memperkuat motivasi dan keyakinan investor dalam menempatkan dana mereka pada proyek yang sesuai.

Selain meningkatkan kemampuan penilaian, literasi keuangan digital juga berperan dalam mendorong pengambilan keputusan investasi yang berkelanjutan. Saputri dan Fasa (2025) menunjukkan bahwa investor yang memahami pengelolaan risiko, strategi pengembalian, dan implikasi jangka panjang dari investasi mampu membuat keputusan yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga berkelanjutan. Hal ini menekankan bahwa edukasi investor tidak hanya bersifat jangka pendek, melainkan mempengaruhi perilaku dan strategi investasi dalam jangka panjang. Investor yang teredukasi dapat menilai informasi yang disampaikan melalui pitching digital secara kritis, sehingga peluang kesalahan investasi dapat diminimalkan dan keputusan investasi menjadi lebih tepat sasaran.

Lebih lanjut, kombinasi antara edukasi investor, literasi finansial, kredibilitas platform, dan kualitas pitching digital membentuk sinergi yang memperkuat respons investor terhadap proyek crowdfunding. Yuliyanti dan Muntashofi (2025) menekankan bahwa perilaku pengelolaan keuangan digital menjadi faktor tambahan yang mendorong keputusan investasi yang lebih matang dan terinformasi. Pitching digital yang menarik, jelas, dan persuasif akan lebih efektif apabila investor memiliki pemahaman dasar tentang risiko dan mekanisme investasi digital. Dengan demikian, strategi peningkatan partisipasi dan keberhasilan investasi melalui crowdfunding digital tidak hanya bergantung pada kualitas pitching, tetapi juga pada kesiapan dan kemampuan investor dalam menilai peluang investasi secara rasional dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Pitching digital memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investor dalam konteks crowdfunding dan digitalisasi pasar modal. Penyampaian informasi proyek secara jelas, terstruktur, dan persuasif tidak hanya memberikan gambaran mengenai rencana bisnis, proyeksi keuntungan, dan transparansi penggunaan dana, tetapi juga membangun citra profesionalisme fundraiser. Pitching digital yang efektif mampu mengurangi persepsi risiko investor, meningkatkan keyakinan terhadap proyek, serta memotivasi investor untuk mengambil keputusan investasi secara lebih cepat dan tepat. Proses ini menunjukkan bahwa kualitas penyampaian informasi sama pentingnya dengan kualitas proyek itu sendiri, karena strategi komunikasi digital menjadi instrumen kunci dalam membangun kepercayaan dan mempengaruhi persepsi risiko investor.

Literasi keuangan dan edukasi investor menjadi faktor internal yang memperkuat efektivitas pitching digital. Investor dengan tingkat literasi tinggi mampu mengevaluasi peluang dan risiko secara objektif, menilai kredibilitas fundraiser, serta membaca laporan keuangan dan proyeksi bisnis dengan lebih tepat. Sebaliknya, investor dengan literasi rendah cenderung lebih ragu atau menunda keputusan, meskipun informasi yang disampaikan menarik dan persuasif. Edukasi finansial digital juga memungkinkan investor memahami implikasi jangka panjang dari investasi, sehingga keputusan yang diambil bersifat lebih rasional, strategis, dan berkelanjutan. Dengan demikian, literasi keuangan dan edukasi investor berperan sebagai mediator yang memperkuat dampak pitching digital terhadap pengambilan keputusan investasi.

Faktor eksternal seperti kredibilitas platform dan perkembangan fintech juga berperan penting dalam membangun kepercayaan investor. Platform crowdfunding yang transparan, aman, dan memiliki rekam jejak yang baik meningkatkan keyakinan investor bahwa dana yang ditempatkan akan dikelola dengan tepat dan risiko penipuan diminimalkan. Integrasi teknologi digital, seperti visualisasi data interaktif, blockchain, dan sistem keamanan transaksi, memperkuat kredibilitas proyek dan mempermudah evaluasi risiko oleh investor. Sinergi antara pitching digital berkualitas, literasi dan edukasi investor, serta kredibilitas platform membentuk ekosistem investasi yang efisien, transparan, dan berkelanjutan, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan pendanaan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Akter, M., Kummer, T.-F., & Green, P. (2025). How issue-relevant information and peripheral cues shape investment decisions in equity crowdfunding. *Electronic Commerce Research and Applications*. <https://doi.org/10.1007/s10660-025-10007-1>
- Bakti, Y. P., Pranata, R. I., & Anwar, M. S. R. (2021). Sistem investasi equity crowdfunding pada UMKM di Indonesia: Studi pada platform Bizhare PT. *Investasi Digital Nusantara*. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 11(2). <https://doi.org/10.24252/assets.v11i2.20956>
- Kartini, T. (2022). Decision analysis of MSME investment through crowdfunding securities platform. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 2117–2121. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/1917>
- Kristian, J., & Setyawan, I. R. (2024). Peningkatan kualitas keputusan investasi melalui literasi keuangan digital. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(2), 468–482. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i2.29695>
- Lukkarinen, A., Wallenius, J., & Seppälä, T. (2019). Investor motivations and decision criteria in equity crowdfunding [Research report]. Aalto University School of Science & School of Business.
- Nadhiroh, U. (2024). Pengaruh literasi keuangan terhadap niat berinvestasi generasi milenial pada platform fintech berbasis equity crowdfunding dengan kepercayaan pada platform dan fundraiser sebagai variabel mediasi [Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik

- Ibrahim Malang]. <https://repository.uin-malang.ac.id>
- Paramita, V. S. (2024). The development of crowdfunding in Indonesia. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.15575/jim.v4i2.29662>
- Putri, M. Z., Wulandari, D., Aristawati, P. A., & Apridasari, E. (2025). Tantangan dan peluang pasar modal Indonesia dalam meningkatkan minat investasi di era digital. *Education, Economic dan Social Studies*, 2(3). <https://doi.org/10.62710/zmzme312>
- Rinjani, A. C., Darussalam, M. R., & Shavira. (2024). Investasi di era digital: Peluang dan tantangan di pasar modal. *Jurnal Media Akademik*, 2(12). <https://doi.org/10.62281/v2i12.1277>
- Saputri, F. O., & Fasa, M. I. (2025). Peran literasi keuangan digital terhadap keputusan investasi berkelanjutan investor di era e-business. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(2), 115–130.
- Sari, D. Y., & Dana, D. (2024). Tantangan digitalisasi pasar modal dan literasi keuangan dalam meningkatkan minat investasi. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 285–289. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/44866>
- Syahputra, O. W., Kamila, S. N. Z., Salladin, S. S., & Arum, M. P. (2024). Perkembangan fintech terhadap crowdfunding dan blockchain di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 1(3). <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v1i3.280>
- Wallep, I. M., Minami, G. P., & Rade, S. D. (2025). Dampak ekonomi digital terhadap perkembangan pasar modal di Indonesia. *Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 5(1), 173–183. <https://doi.org/10.53363/yud.v5i1.132>
- Yang, J., Xin, J., Zeng, Y., & Liu, P. J. (2025). Signaling and perceiving on equity crowdfunding decisions: A machine learning approach. *Small Business Economics*, 65, 315–356. <https://doi.org/10.1007/s11187-024-00991-3>
- Yuliyanti, L., & Muntashofi, B. (2025). Literasi Keuangan Digital Dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Sebagai Pendorong Keputusan Investasi : Digital Financial Literacy And Financial Management Behavior As Driven Of Investment Decisions. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 23(2), 37–46. <https://doi.org/10.21831/jpai.v23i2.8953>