

JAFM:
**Journal of Accounting and
Finance Management**

E-ISSN: 2721-3013
P-ISSN: 2721-3005

<https://dinastires.org/JAFM> dinasti.info@gmail.com [+62 811 7404 455](tel:+628117404455)

DOI: <https://doi.org/10.38035/jafm.v7i2>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Risiko Keuangan terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital dengan Sosialisasi Perlindungan Konsumen oleh Otoritas Jasa Keuangan sebagai Variabel Moderasi

Deti Nurvina¹, Rita Sarlawa², Agustina Mulyani³, Pratiwi Hamzah⁴

¹Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Palangka Raya, Indonesia, detinurvina01@gmail.com

²Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Palangka Raya, Indonesia, rita.sarlawa@feb.upr.ac.id

³Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Palangka Raya, Indonesia, agustinamulyani@feb.upr.ac.id

⁴Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Palangka Raya, Indonesia, pratiwihamzah@feb.upr.ac.id

Corresponding Author: detinurvina01@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to analyze the influence of Financial Literacy and Financial Risk Behavior on the Trust of Digital Financial Service Users with Consumer Protection Socialization by the Financial Services Authority (OJK) as a moderating variable. This study is motivated by the increasing use of digital financial services accompanied by various risks, such as digital fraud, involving personal data, and low levels of public trust in the security of digital services. Data were collected through questionnaires distributed to 97 digital financial service users who attended the press release: OJK encourages the generation to understand digital finance, a public lecture at the University of Palangka Raya and processed using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with bootstrapping techniques. The results showed that all hypotheses were accepted, where Financial Literacy had a positive and significant effect with a path coefficient of 0.255, Financial Risk Behavior of 0.440 as the most dominant variable, and Consumer Protection Socialization of 0.264. In addition, Consumer Protection Socialization was able to moderate the relationship between Financial Literacy and Financial Risk Behavior on the Trust of Digital Financial Service Users. The variables in this study explained 80% of the variance in Digital Financial Service User Trust, which is considered strong. Future research is recommended to include other variables such as system security, application usability, and service quality to obtain more comprehensive results.*

Keywords: *Financial Literacy, Financial Risk Behavior, Consumer Protection Socialization, Digital Financial Service User Trust*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Risiko Keuangan terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital dengan Sosialisasi Perlindungan Konsumen oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan layanan keuangan digital yang disertai berbagai risiko, seperti penipuan digital, mencakup data pribadi, dan rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keamanan layanan digital. Data

dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 97 pengguna layanan keuangan digital yang mengikuti siaran pers: OJK dorong generasi pahami keuangan digital, kuliah umum di Universitas Palangka Raya dan diolah menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan teknik bootstrapping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diterima, di mana Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0,255, Perilaku Risiko Keuangan sebesar 0,440 sebagai variabel paling dominan, dan Sosialisasi Perlindungan Konsumen sebesar 0,264. Selain itu, Sosialisasi Perlindungan Konsumen mampu memoderasi hubungan Literasi Keuangan dan Perilaku Risiko Keuangan terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital. Variabel dalam penelitian ini mampu menjelaskan varian Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital sebesar 80%, yang termasuk kategori kuat. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti keamanan sistem, kemudahan penggunaan aplikasi, dan kualitas layanan agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Perilaku Risiko Keuangan, Sosialisasi Perlindungan Konsumen, Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan pada sektor jasa keuangan di Indonesia, membawa perubahan radikal terhadap struktur industri *financial technology* (*fintech*). Digitalisasi layanan keuangan telah meningkatkan aksesibilitas terhadap berbagai jenis produk keuangan serta mengoptimalkan efisiensi dalam pelaksanaan transaksi, seperti pembukaan rekening, pengajuan kredit, dan transfer dana, tanpa memerlukan interaksi langsung antara konsumen dan pihak penyedia jasa (Putri & Lutfianti, 2024). Ada begitu banyak jenis layanan yang ditawarkan oleh *financial technology* (*fintech*) salah satunya yaitu Pengguna layanan keuangan digital.

Pengguna layanan keuangan digital merujuk pada sistem yang memungkinkan pelanggan mengakses informasi, berkomunikasi, dan melakukan transaksi keuangan melalui platform elektronik secara mandiri dengan memperhatikan aspek pengamanan. Pengguna layanan ini adalah individu atau nasabah yang menggunakan berbagai layanan perbankan digital seperti registrasi, pembukaan rekening, transfer, pembayaran, dan lain-lain dengan teknologi digital (Sri Kussujaniatun et al., 2022). Berdasarkan data dari (Otoritas Jasa Keuangan, 2024) nilai transaksi keuangan digital di Indonesia mencapai Rp 6.200 triliun pada tahun 2023, dengan pertumbuhan sebesar 35% dibandingkan tahun sebelumnya. Namun data dari survei (Otoritas Jasa Keuangan, 2024) mengungkapkan bahwa hanya 50% pengguna layanan keuangan digital yang merasa percaya penuh terhadap keamanan dan perlindungannya, sementara 30% insiden mengalami kerugian akibat penipuan digital. Sebagaimana didukung oleh (Yuniarti Ma'nawiyah et al., 2025) yaitu Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kepercayaan Konsumen dan Perilaku Risiko Keuangan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan QRIS di Era Digital menegaskan bahwa literasi keuangan digital secara signifikan meningkatkan kepercayaan konsumen, yang menjadi mediator memperkuat niat transaksi dengan nilai koefisien literasi digital sebesar 0,307. Ini menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan literasi digital akan meningkatkan minat bertransaksi sebesar 30,7%, dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel kunci dalam proses tersebut.

Hal ini menimbulkan munculnya tantangan baru yang berdampak pada keamanan data dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap layanan keuangan digital. Fenomena seperti penyalahgunaan data pribadi, biaya tersembunyi, praktik pinjaman ilegal (*illegal lending*), serta tindak penipuan online (*online fraud*) telah menjadi isu krusial yang mengancam kepercayaan masyarakat terhadap platform digital (Julia et al., 2021). Oleh sebab itu di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai regulator utama telah aktif melakukan

sosialisasi perlindungan konsumen sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan. Sosialisasi ini mencakup kampanye edukasi, webinar, dan publikasi informasi mengenai hak konsumen, mekanisme pengaduan, dan standar keamanan layanan keuangan digital (Aprita, 2021). Sebagaimana didukung oleh (Judijanto et al., 2024) yaitu Analisis Pengaruh Adopsi Teknologi Finansial, Kepercayaan Nasabah, dan Regulasi Terhadap Penggunaan Layanan Keuangan Digital, hasilnya mengatakan bahwa hubungan positif yang ditemukan mengindikasikan bahwa individu yang memandang *financial technology (fintech)* sebagai sesuatu yang bermanfaat dan mudah digunakan cenderung lebih tinggi kemungkinannya untuk berpartisipasi dalam layanan keuangan digital. Lebih lanjut, kepercayaan, khususnya terkait keamanan dan kinerja, berperan sebagai mediator utama yang memfasilitasi keterkaitan antara Adopsi Teknologi Finansial dan Penggunaan Layanan Keuangan Digital.

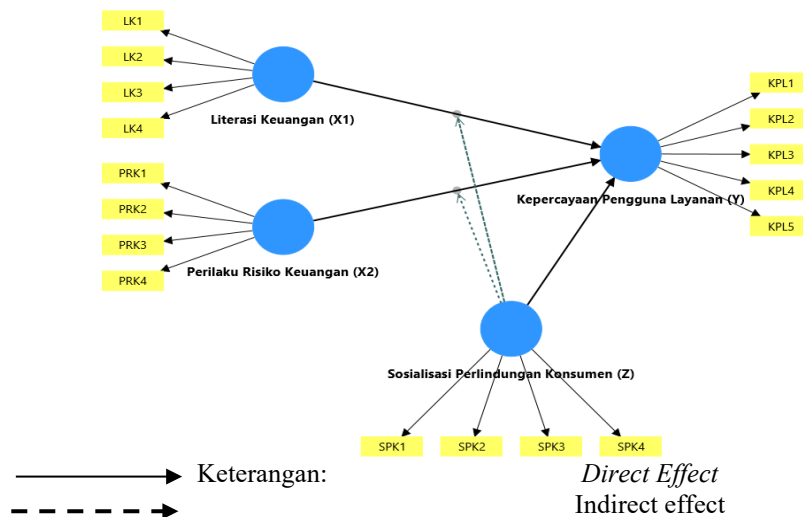
Penelitian (Lutfiana et al., 2023) secara komprehensif mengkaji pentingnya regulasi dan perlindungan konsumen dalam *financial technology (fintech)* di Indonesia. (Harmen et al., 2024) menambahkan bahwa sosialisasi perlindungan konsumen oleh OJK adalah kunci dalam menciptakan ekosistem *financial technology (fintech)* yang aman dan dipercaya masyarakat. (Simanjuntak et al., 2025) menekankan bahwa Literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. (Yuniarti Ma'nawiyah et al., 2025) mengungkapkan bahwa perilaku risiko tinggi sering kali menghambat penerapan layanan digital, karena konsumen cenderung menghindari platform yang dianggap tidak aman. Kesenjangan penelitian terlihat dari penelitian terdahulu seperti (Lutfiana et al., 2023) dan (Harmen et al., 2024) yang lebih fokus pada regulasi dan sosialisasi perlindungan konsumen dengan pendekatan kualitatif tanpa mengintegrasikan variabel mediator seperti literasi digital. Sementara itu, (Suryadarma & Faqih, 2024) meneliti literasi digital sebagai mediator, namun masih menggunakan pendekatan deskriptif sehingga belum mampu menjelaskan hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel secara mendalam.

Sosialisasi perlindungan konsumen oleh OJK adalah proses komunikasi dan edukasi yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang hak-hak konsumen, risiko layanan keuangan, dan mekanisme perlindungan, guna mendorong perilaku konsumen yang lebih bijak dalam menggunakan layanan keuangan digital (Lutfiana et al., 2023). Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan diri individu dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk pemahaman tentang produk keuangan digital, risiko yang terkait, dan strategi pengelolaan risiko (Lutfiana et al., 2023). Persepsi risiko merupakan faktor kunci yang mempengaruhi kepercayaan pengguna layanan keuangan digital. Persepsi risiko Merujuk pada evaluasi subjektif individu terhadap kemungkinan dan dampak negatif yang terkait dengan penggunaan layanan digital, seperti risiko kehilangan data pribadi, kecelakaan, atau kerugian finansial (Yuniarti Ma'nawiyah et al., 2025). Kepercayaan pengguna layanan keuangan digital adalah keyakinan subjektif individu terhadap keamanan, kerahasiaan, dan integritas layanan seperti *financial technology (fintech)*, e-wallet, dan investasi digital, yang dipengaruhi oleh faktor regulasi dan pengalaman pengguna (Judijanto et al., 2024).

Penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu karena fokus pada pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Risiko Keuangan terhadap kepercayaan pengguna layanan keuangan digital dengan sosialisasi perlindungan konsumen oleh Otoritas Jasa Keuangan sebagai variabel moderasi, secara spesifik di Kota Palangka Raya, sedangkan penelitian seperti (Lutfiana et al., 2023) dan (Harmen et al., 2024) hanya membahas sosialisasi OJK secara umum tanpa mediator. Dibandingkan (Judijanto et al., 2024) penelitian ini menggunakan data primer dari survei yang lebih luas dan metode analisis jalur (*path analysis*) untuk menguji mediasi, bukan hanya regresi sederhana. Selain itu, berbeda dari (Suryadarma & Faqih, 2024) yang bersifat deskriptif, penelitian ini mengintegrasikan semua variabel dalam satu kerangka empiris untuk memberikan wawasan praktis tentang peningkatan kepercayaan di era digital dengan

sosialisasi perlindungan konsumen sebagai moderasi.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Risiko Keuangan terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital Dengan Sosialisasi Perlindungan Konsumen oleh Otoritas Jasa Keuangan Sebagai Variabel Moderasi”** karena adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu terkait efektivitas sosialisasi OJK dan belum adanya kajian spesifik dalam konteks *financial technology (fintech)* di Kota Palangka Raya, yang memiliki karakteristik pengguna digital unik dengan tingkat adopsi *financial technology (fintech)* yang sedang berkembang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi OJK dan penyedia layanan *financial technology (fintech)* dalam merumuskan kebijakan sosialisasi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga mengurangi risiko penipuan dan mendorong adopsi *financial technology (fintech)*. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan digital, khususnya terkait pengelolaan kepercayaan konsumen pada sektor *financial technology (fintech)* di Indonesia.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Dalam penelitian ini, theory yang digunakan adalah Signaling Theory (Teori Sinyal) menurut Michael Spence (1973). Signaling Theory menjelaskan bagaimana pihak yang memiliki informasi lebih banyak (seperti regulator atau penyedia layanan) mengirimkan "sinyal" untuk mengurangi asimetri informasi di pasar. Sinyal ini membantu pihak lain (seperti konsumen) membangun kepercayaan dengan mengindikasikan kualitas, keamanan, atau kredibilitas (Wahyuni & Dian, 2025).

Berdasarkan argumentasi yang telah dijabarkan, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a) H1: Diduga literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna layanan keuangan digital.
- b) H2: Diduga perilaku risiko keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna layanan keuangan digital.
- c) H3: Diduga sosialisasi perlindungan konsumen oleh Otoritas Jasa Keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna layanan keuangan digital.
- d) H4: Diduga sosialisasi perlindungan konsumen oleh Otoritas Jasa Keuangan dapat memoderasi literasi keuangan terhadap kepercayaan pengguna layanan keuangan digital.
- e) H5: Diduga sosialisasi perlindungan konsumen oleh Otoritas Jasa Keuangan dapat memoderasi perilaku risiko keuangan terhadap kepercayaan pengguna layanan keuangan digital.

METODE

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden, yang mana daftar pertanyaan ini memiliki keterkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti dengan pengukuran menggunakan skala *likert*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2012 dalam Mufidah et al., 2024).

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer di peroleh dengan cara menyebarkan kuisioner melalui google form kepada pengguna layanan keuangan digital yang mengikuti siaran pers: OJK dorong generasi pahami keuangan digital, kuliah umum di Universitas Palangka Raya. Data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan, termasuk jurnal, buku, dan laporan dari Otoritas Jasa Keuangan (Suryadarma & Faqih, 2024).

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif, dan uji normalitas. Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square (PLS)*, yang merupakan bagian dari analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Literasi Keuangan (X1)	Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan secara bijak, termasuk memahami produk keuangan, risiko, dan hak konsumen. Dalam konteks pinjaman online ilegal (pinjol), literasi keuangan mencakup kemampuan masyarakat untuk membedakan antara layanan legal dan ilegal, serta menghindari jebakan seperti bunga tinggi dan melindungi data pribadi (Lutfiana et al., 2023).	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pengetahuan tentang produk keuangan. 2) Pemahaman risiko keuangan. 3) Keterampilan dalam membuat keputusan keuangan yang bijak. 4) Kesadaran hak konsumen
2	Perilaku Risiko Keuangan (X2)	Perilaku Risiko keuangan merupakan aspek penting dalam pengambilan keputusan konsumen di era digital. Menurut Kahneman dan Tversky (1979) dalam artikel (Yuniarti Ma'nawiyah et al., 2025) perilaku risiko keuangan dapat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk memilih opsi yang melibatkan kehidupan finansial dengan potensi keuntungan atau kerugian, sering kali dipengaruhi oleh psikologi dan pengalaman masa lalu.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Persiapan mengambil risiko dalam investasi atau pembelian digital. 2) Toleransi terhadap potensi kerugian. 3) Pengalaman masa lalu dengan risiko keuangan. 4) Sikap terhadap keuntungan potensial.
3	Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y)	Kepercayaan pengguna layanan keuangan digital adalah keyakinan subjektif individu terhadap keamanan, keandalan, dan integritas layanan seperti fintech, e-wallet, dan investasi digital, yang dipengaruhi oleh faktor regulasi dan pengalaman pengguna (Judijanto et al., 2024).	<ol style="list-style-type: none"> 1) Keamanan dan privasi data 2) Keandalan dan transparansi layanan 3) Kredibilitas penyedia layanan 4) Kenyamanan dan manfaat yang dirasakan 5) Kepuasan pengguna terhadap layanan digital.
4	Sosialisasi Perlindungan Konsumen oleh Otoritas Jasa Keuangan (Z)	Sosialisasi perlindungan konsumen oleh OJK adalah proses komunikasi dan edukasi yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang hak-hak konsumen, risiko layanan keuangan, dan mekanisme perlindungan, guna mendorong perilaku konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1) Peningkatan pemahaman masyarakat. 2) Kemampuan literasi keuangan digital. 3) Perubahan perilaku keuangan masyarakat

yang lebih bijak dalam menggunakan layanan menjadi lebih hati-hati. keuangan digital (Lutfiana et al., 2023).

Sumber: (Lutfiana et al., 2023), (Yuniarti Ma'nawiyah et al., 2025) dan (Judijanto et al., 2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pada tahap pengukuran model (*outer model*), analisis dilakukan untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas yang menggambarkan variabel penelitian yang digunakan. Pengukuran model dilakukan melalui pengujian validitas konvergen (*Convergent Validity*), validitas diskriminan (*Discriminant Validity*), serta uji reliabilitas.

Hasil pengukuran model berdasarkan pengolahan data kuesioner ditunjukkan sebagai berikut:

a) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

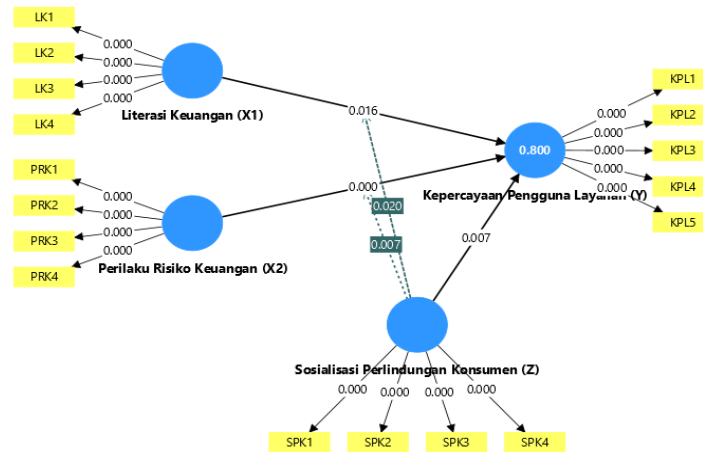
Untuk menguji Validitas konvergen (*Convergent Validity*) penilaian dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai *outer loading* $\geq 0,70$ menunjukkan indikator memiliki korelasi tinggi dengan konstraknya. Berikut ini adalah nilai *outer loading* dari masing-masing indikator pada variabel penelitian:

Tabel 2. Hasil *Outer Loading*

Item Kuisisioner	Literasi Keuangan (X1)	Perilaku Risiko Keuangan (X2)	Kepercayaan Pengguna Layanan (Y)	Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z)
LK1	0,794			
LK2	0,813			
LK3	0,752			
LK4	0,896			
PRK1		0,846		
PRK2		0,817		
PRK3		0,769		
PRK4		0,769		
KPL1			0,725	
KPL2			0,738	
KPL3			0,760	
KPL4			0,783	
KPL5			0,769	
SPK1				0,816
SPK2				0,729
SPK3				0,762
SPK4				0,811

Sumber: Hasil *Outer Loading* Model SmartPLS, 2026

Berdasarkan hasil yang diketahui pada Tabel 2. di atas, bahwa seluruh indikator pada variabel Kepercayaan Pengguna Layanan, Literasi Keuangan dan Perilaku Risiko Keuangan memiliki nilai *outer loading* $> 0,70$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator pada masing-masing variabel penelitian dinyatakan valid dalam mewakili konstruk yang diukur. Nilai *outer loading* terendah terdapat pada indikator KPL1 (Pengetahuan tentang produk keuangan) sebesar 0,725 pada variabel Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital, sedangkan nilai tertinggi terdapat pada indikator LK4 (Kesadaran hak konsumen) sebesar 0,896 pada variabel Literasi Keuangan. Dengan demikian, seluruh indikator dalam penelitian ini dapat dinyatakan telah memenuhi persyaratan validitas konvergen.



Gambar 2. Hasil Outer Model SmartPLS

Selain melalui nilai *outer loading*, validitas konvergen juga dapat dinilai berdasarkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang diperoleh. Adapun hasil nilai AVE tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Nilai *Average Variance Extrated* (AVE)

	<i>Average variance extracted</i> (AVE)	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,665	Valid
Perilaku Risiko Keuangan (X2)	0,641	Valid
Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y)	0,570	Valid
Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z)	0,609	Valid

Sumber: Hasil Nilai *Average Variance Extrated* (AVE) Model SmartPLS

Hasil pengujian *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai AVE di atas 0,50, yaitu Literasi Keuangan (X1) sebesar 0,665, Perilaku Risiko Keuangan (X2) sebesar 0,641, Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) sebesar 0,570, Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) sebesar 0,609. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh konstruk mampu menjelaskan lebih dari separuh varians indikatornya, sehingga seluruh variabel dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan merupakan pengujian yang dilakukan melalui nilai *cross loading* faktor untuk mengetahui tingkat perbedaan antar konstruk dalam suatu penelitian. Suatu konstruk dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai loading pada konstruk yang diukur lebih tinggi dibandingkan nilai loading terhadap konstruk lainnya, sehingga setiap konstruk dapat dibedakan secara jelas.

Tabel 4. *Discriminant Validity*

Item Kuisisioner	LK (X1)	PRK (X2)	KPL (Y)	SPK (Z)	SPK x LK	SPK x prk
LK1	0,794	0,508	0,644	0,512	-0,332	-0,119
LK2	0,813	0,600	0,677	0,669	-0,493	-0,347
LK3	0,752	0,642	0,566	0,578	-0,391	-0,335
LK4	0,896	0,810	0,810	0,774	-0,559	-0,488
PRK1	0,686	0,846	0,663	0,662	-0,429	-0,465
PRK2	0,639	0,817	0,747	0,600	-0,397	-0,498
PRK3	0,626	0,769	0,596	0,608	-0,283	-0,375
PRK4	0,585	0,769	0,595	0,674	-0,378	-0,384

KPL1	0,565	0,510	0,725	0,585	-0,319	-0,114
KPL2	0,552	0,536	0,738	0,581	-0,401	-0,309
KPL3	0,631	0,823	0,760	0,600	-0,383	-0,492
KPL4	0,704	0,659	0,783	0,623	-0,383	-0,337
KPL5	0,688	0,520	0,769	0,631	-0,403	-0,195
SPK1	0,711	0,739	0,688	0,816	-0,425	-0,393
SPK2	0,431	0,437	0,546	0,729	-0,292	-0,288
SPK3	0,645	0,643	0,655	0,762	-0,450	-0,442
SPK4	0,631	0,616	0,592	0,811	-0,317	-0,359
SPK x LK	-0,552	-0,467	-0,501	-0,482	1,000	0,802
SPK x PRK	-0,405	-0,543	-0,394	-0,480	0,802	1,000

Sumber: Hasil Discriminant Validity Model SmartPLS, 2026

Berdasarkan hasil tabel 4 diatas, terlihat bahwa setiap indikator dalam variabel penelitian memiliki nilai cross loading yang lebih besar pada konstruk yang diukur dibandingkan dengan nilai pada konstruk lainnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan telah mampu membedakan dan merepresentasikan masing-masing variabel penelitian secara baik.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat keakuratan, konsistensi, serta kestabilan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang digunakan. Pengujian reliabilitas dapat dilihat melalui nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reliability* > 0.70 dan nilai *Cronbach's alpha* > 0.60.

Tabel 5. Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (rho a)</i>
Literasi Keuangan (X1)	0.831	0.850
Perilaku Risiko Keuangan (X2)	0.814	0.821
Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y)	0.812	0.816
Sosialisasi Perlingan Konsumen (Z)	0.786	0.791

Sumber: Hasil Uji reliabilitas Model SmartPLS, 2026

Berdasarkan hasil yang diketahui pada Tabel 5 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *reliabilitas komposit* dan *Cronbach's alpha* pada seluruh variabel penelitian telah memenuhi standar reliabilitas yang ditentukan. Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* > 0.70 menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam pengukuran. Dengan demikian, seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan pada tahap selanjutnya.

Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau inner model digunakan untuk menganalisis hubungan antar konstruk laten sesuai dengan hipotesis penelitian yang telah dirumuskan. Evaluasi pada model ini dilakukan melalui pengujian Koefisien determinasi (R^2), Ukuran Efek (f^2), serta pengujian hipotesis.

1. Nilai R-Square (*Coefficient of determination*)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan konstruk eksogen dalam menjelaskan variasi pada konstruk endogen. Nilai R^2 sebesar 0,75 menunjukkan kategori kuat, nilai 0,50 termasuk kategori sedang atau moderat, sedangkan nilai 0,25 tergolong lemah.

Tabel 6. Nilai R-Square (*Coefficient of Determination*)

	R-Square
Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y)	0,800

Sumber: Hasil Uji Nilai R-Square Model SmartPLS, 2026

Berdasarkan Tabel 6 di atas, diketahui bahwa nilai R-Square pada variabel Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital sebesar 0,800, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian mampu menjelaskan pengaruh terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital sebesar 80%, sedangkan sisanya sebesar 20% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Oleh karena itu, model penelitian dikategorikan dapat memiliki tingkat kemampuan yang kuat dalam menjelaskan hubungan antar variabel.

2. Nilai F-Square (*Effect Size*)

Ukuran Efek (f^2) digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen. Nilai f^2 sebesar 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, nilai 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, sedangkan nilai 0,35 menunjukkan pengaruh besar.

Tabel 7. Nilai f-Square (*Effect Size*)

	Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y)
Literasi Keuangan (X1)	0,071
Perilaku Risiko Keuangan (X2)	0,225
Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z)	0,105
Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) × Literasi Keuangan (X1)	0,074
Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) x Perilaku Risiko Keuangan (X2)	0,091

Sumber: Hasil Uji Nilai f-Square (*Effect Size*) Model SmartPLS, 2026

Hasil pengujian nilai f-Square (*Effect Size*) menunjukkan bahwa variabel Perilaku Risiko Keuangan (X2) memiliki nilai f^2 sebesar 0,225 terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y), sehingga termasuk dalam kategori pengaruh sedang. Variabel Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) memperoleh nilai f^2 sebesar 0,105 yang juga berada pada kategori pengaruh sedang. Sementara itu, variabel Literasi Keuangan (X1) memperoleh nilai f^2 sebesar 0,071 sehingga memiliki tingkat pengaruh yang rendah terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y).

Selain itu, pengaruh moderasi Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) terhadap hubungan Literasi Keuangan (X1) dengan Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) memiliki nilai f^2 sebesar 0,074 sehingga tergolong dalam kategori efek rendah. Adapun pengaruh moderasi Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) terhadap hubungan Perilaku Risiko Keuangan (X2) dengan Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) memiliki nilai f^2 sebesar 0,091 yang juga termasuk kategori pengaruh kecil.

Dengan demikian, variabel Perilaku Risiko Keuangan (X2) menjadi variabel yang memiliki kontribusi pengaruh paling besar terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) dibandingkan variabel lainnya dalam model penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis, Tahap terakhir dari analisis deret dalam studi ini adalah menguji hipotesis. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah suatu konstruk secara substansial memengaruhi konstruk lainnya, baik secara langsung (*Direct Effect*) maupun tidak langsung melalui konstruk mediasi (*Indirect Effect*).

Koefisien jalur (Path Coefisien) pada inner model digunakan untuk menunjukkan tingkat signifikansi dalam menguji hipotesis penelitian. Pengujian tersebut dilakukan

dengan memperhatikan nilai t-statistik yang diperoleh dari hasil analisis model struktural yang telah dilakukan. Hubungan antar variabel laten dinyatakan signifikan apabila nilai koefisien jalur memenuhi ketentuan yakni *t-statistic* melebihi 1,65 pada pengujian hipotesis satu arah (*one-tailed*). Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis satu arah, sehingga kriteria yang dipakai adalah *t-statisticnya* >1,65 serta nilai P Value < 0,05.

Tabel 8. Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Literasi Keuangan (X1) -> Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y)	0,255	0,245	0,105	2,421	0,016
Perilaku Risiko Keuangan (X2) -> Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y)	0,440	0,458	0,116	3,779	0,000
Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) -> Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y)	0,264	0,255	0,099	2,680	0,007
Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) x Literasi Keuangan (X1) -> Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y)	-0,184	-0,179	0,079	2,321	0,020
Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) x Perilaku Risiko Keuangan (X2) -> Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y)	0,177	0,177	0,066	2,679	0,007

Sumber: Hasil Path Coefficient Model SmartPLS, 2026

Pengujian Hipotesis 1

(H1): Literasi Keuangan (X1) berpengaruh terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y).

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode bootstrapping, diperoleh nilai t-statistik sebesar 2,421 yang lebih besar dari nilai kriteria 1,65 dan p-value sebesar 0,016 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,255. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki pengguna, maka semakin tinggi pula kepercayaan pengguna terhadap layanan keuangan digital. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rita

Sarlawa, 2025) menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan seperti menabung, penganggaran, investasi, dan pengelolaan utang.

Pengujian Hipotesis 2

(H2): Perilaku Risiko Keuangan (X2) berpengaruh terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y).

Hasil pengujian bootstrapping menunjukkan nilai t-statistik sebesar 3,779 yang lebih besar dari 1,65 dan p-value sebesar 0,000 yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, H2 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Perilaku Risiko Keuangan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,440. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik perilaku risiko keuangan pengguna, maka semakin meningkat pula kepercayaan terhadap layanan keuangan digital.

Pengujian Hipotesis 3

(H3): Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) berpengaruh terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y).

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai t-statistik sebesar 2,680 yang lebih besar dari 1,65 dan p-value sebesar 0,007 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H3 diterima. Hal ini membuktikan bahwa Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,264. Artinya, semakin baik sosialisasi perlindungan konsumen yang dilakukan, maka semakin meningkat pula kepercayaan pengguna terhadap layanan keuangan digital.

Pengujian Hipotesis 4

(H4): Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) dapat memoderasi pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y).

Hasil pengujian bootstrapping menunjukkan nilai t-statistik sebesar 2,321 yang lebih besar dari 1,65 dan p-value sebesar 0,020 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H4 Hipotesis keempat (H4) dinyatakan diterima. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) mampu memoderasi pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,184. Nilai koefisien negatif menunjukkan bahwa variabel moderasi tersebut memperlemah hubungan antara Literasi Keuangan (X1) dengan Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y).

Pengujian Hipotesis 5

(H5): Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) dapat memoderasi Perilaku Risiko Keuangan (X2) terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y).

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai t-statistik sebesar 2,679 yang lebih besar dari 1,65 dan p-value sebesar 0,007 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H5 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) mampu memoderasi pengaruh Perilaku Risiko Keuangan (X2) terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,177. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) memperkuat hubungan antara Perilaku Risiko Keuangan (X2) dengan Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Literasi Keuangan (X1)

terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,255 dan t-statistik sebesar 2,421. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pemahaman dan pengetahuan keuangan yang dimiliki pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan terhadap layanan keuangan digital.

Risiko Perilaku Keuangan (X2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) dengan nilai koefisien koefisien jalur sebesar 0,440 dan t-statistik sebesar 3,779. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan pengguna dalam mengelola serta memahami risiko keuangan dapat meningkatkan rasa percaya dalam menggunakan layanan keuangan digital. Selain itu, variabel ini menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya dalam penelitian ini.

Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,264 dan t-statistik sebesar 2,680. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik sosialisasi perlindungan konsumen yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan, maka semakin meningkat pula kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan layanan keuangan digital.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) mampu memoderasi hubungan antara Literasi Keuangan (X1) terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,184 dan t-statistik sebesar 2,321. Nilai koefisien tersebut negatif menunjukkan bahwa variabel moderasi memperlemah hubungan antara Literasi Keuangan dengan Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital. Sementara itu, Sosialisasi Perlindungan Konsumen (Z) juga mampu memoderasi hubungan antara Perilaku Risiko Keuangan (X2) terhadap Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital (Y) dengan nilai koefisien koefisien garis sebesar 0,177 dan t-statistik sebesar 2,679, yang berarti variabel moderasi tersebut memperkuat hubungan antara Perilaku Risiko Keuangan dengan Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital.

Secara keseluruhan, variabel dalam penelitian ini mampu menjelaskan varian Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital sebesar 80%, sedangkan sisanya sebesar 20% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Oleh karena itu, disarankan agar pihak Otoritas Jasa Keuangan terus meningkatkan program sosialisasi perlindungan konsumen, memperluas edukasi terkait literasi keuangan, serta meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai risiko keuangan dalam penggunaan layanan keuangan digital guna meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan tersebut.

Adapun batasan dalam penelitian ini terletak pada variabel cakupan ruang yang hanya fokus pada Literasi Keuangan, Perilaku Risiko Keuangan, dan Sosialisasi Perlindungan Konsumen, sehingga masih terdapat faktor lain sebesar 20% yang mempengaruhi Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital namun belum dikaji dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berupa keamanan sistem, kemudahan penggunaan aplikasi, kualitas layanan, maupun persepsi risiko teknologi. Oleh karena itu, penelitian berikutnya disarankan untuk memasukkan variabel tambahan sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh dan mendalam tentang faktor-faktor terkait yang mempengaruhi Kepercayaan Pengguna Layanan Keuangan Digital.

REFERENSI

- Aprita, S. (2021). Kewenangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Melakukan Penyidikan: Analisis Pasal 9 Huruf C Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 550. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i2.1431>

- Harmen, H., Majeovan Basieta Surbakti, O., Fadlan Reynaldi, F., & Putra Johavi Damanik, A. (2024). *Peran Regulasi Cryptocurrency Terhadap Perkembangan Fintech Di Indonesia: Analisis Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis* (Vol. 4, Number 1).
- Judijanto, L., Destiana, R., Sudarmanto, E., Ayu, I., Suprapti, P., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Adopsi Teknologi Finansial, Kepercayaan Nasabah, dan Regulasi Terhadap Penggunaan Layanan Keuangan Digital. In *Jurnal Akuntansi dan Keuangan West Science* (Vol. 3, Number 01).
- Julia, I. G. A. F., Dewi, A. A. S. L., & Widyantara, I. M. M. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Terhadap Kegiatan Investasi Ilegal yang Dilakukan oleh Investor. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 2(3), 489–494. <https://doi.org/10.22225/jkh.2.3.3622.489-494>
- Lutfiana, A., Nofianna, S. N., Najwa Tazakka, A., Khoerunnisa, C. P., Hasnawati, R., Lutfiana, R., Juniarahmawati, Y., Pambudi, S. H., Pratama, A., Mugi, R., Universitas, I., Negeri, K. H., Saifuddin, Z., & Purwokerto, I. (2023). *Pentingnya Literasi Keuangan Melalui Sosialisasi Peran Otoritas Jasa Keuangan (Ojk) Dalam Upaya Pelindungan Masyarakat Terhadap Pinjaman Online (Pinjol) Ilegal Di Desa Rawajaya*. 2(2).
- Mufidah, N., Rahman, A., Dian, H., Januriwasti, E., Hasinuddin, M., Aprilia, L., Qurrotu, V., Selvia, A., Qomari, N., Yanis, Z., Nety, K., Hatmanti, M., Abdillah, A., Yulianto, S., & Hanafiah, Y. (2024). *BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN*. www.dewapublishing.com
- Putri, D. C. P., & Lutfianti, A. (2024). Peran Teknologi Finansial FinTech dalam Mengubah Layanan Perbankan Tradisional. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 2(4), 3032–6591. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14067398>
- Rita Sarlawa. (2025). Digital Financial Literacy and Financial Behavior: Pathways to Inclusion and Resilience. In *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* (Vol. 13, Number 6).
- Simanjuntak, M., Ballo, F. W., Kiak, N. T., Adisucpto, J., & Tenggara Timur, N. (2025). Pengaruh Sosialisasi Literasi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan (Pada Mahasiswa Universitas Nusa Cendana). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1). <https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i1.3987>
- Sri Kussujaniatun, D., Sujatmika, Ms., & Dwi Hari Laksana, Ms. (2022). *DIGITALISASI LAYANAN KEUANGAN PADA LEMBAGA JASA KEUANGAN MIKRO*.
- Suryadarma, F. R., & Faqih, M. (2024). *Regulasi Fintech Di Indonesia: Mendorong Inovasi Dan Melindungi Konsumen Dalam Ekosistem Digital*.
- Wahyuni, & Dian. (2025). *PENGARUH KECUKUPAN MODAL, RISIKO KREDIT, EFISIENSI OPERASIONAL, DAN LIKUIDITAS TERHADAP PROFITABILITAS (Studi Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. <http://eprints.stiebankbpdjateng.ac.id/2871/>
- Yuniarti Ma'nawiyah, Dwi Harini, Hendri Sucipto, Azizah Indriyani, & Slamet Bambang Riono. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kepercayaan Konsumen dan Perilaku Risiko Keuangan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan QRIS di Era Digital. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(3), 267–281. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i3.5321>