

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi berkembang dengan sangat pesat dan telah membawa perubahan besar di hampir semua aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor keuangan. Dahulu, masyarakat melakukan transaksi bisnis dengan menggunakan uang konvensional, namun kini pola tersebut telah bergeser menuju sistem keuangan berbasis teknologi atau digital.

Salah satu bentuk transformasi dalam sistem keuangan digital adalah munculnya *cryptocurrency*. Sebagai bentuk mata uang digital, *cryptocurrency* dibangun diatas teknologi blockchain yang menjadi dasar pengoperasiannya. Mata uang digital berfungsi hampir serupa dengan mata uang konvensional.

Perbedaannya terletak pada bentuknya, mata uang digital tidak memiliki wujud fisik seperti uang kartal, melainkan berupa blok data yang divalidasi melalui proses *hash*. *Cryptocurrency* telah menjadi fenomena global saat ini. Seiring dengan penyebarannya yang cepat di berbagai belahan dunia, berbagai negara mulai memberikan perhatian terhadap keberadaan dan dampaknya.

Menurut Muslimin (2025) beberapa negara sudah mulai memberlakukan regulasi yang ketat terhadap penggunaan kripto, sementara negara lain masih mengembangkan kebijakan yang sesuai. Di negara-negara seperti Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Jepang, regulator mulai mengeluarkan pedoman untuk mengatasi masalah seperti pencucian uang dan pendanaan terorisme yang melibatkan kripto.

Sementara itu negara China dan India telah melarang penggunaan kripto sepenuhnya, berbeda dengan keduanya negara El Salvador justru mengadopsi Bitcoin sebagai mata uang resmi negara. Menurut Mahendra & Rakhmadi (2025) negara-negara seperti Venezuela dan Rusia memanfaatkan *cryptocurrency* untuk mengurangi ketergantungan pada dolar Amerika Serikat dan menghindari sanksi internasional.

Penggunaan *cryptocurrency* di Indonesia diatur oleh Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI) melalui Peraturan Nomor 5 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto di Bursa Berjangka. *Cryptocurrency* diakui sebagai komoditas yang dapat diperdagangkan, bukan sebagai alat pembayaran. Hal ini sejalan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 99 Tahun 2018, yang menyatakan bahwa aset kripto hanya boleh digunakan sebagai instrumen investasi, bukan sebagai pengganti mata uang.

Penggunaan *cryptocurrency* sebagai alat pembayaran dilarang berdasarkan: Pasal 23B UUD 1945, serta UU No. 7 Tahun 2011 tentang Mata Uang, yang menegaskan bahwa rupiah adalah satu-satunya alat pembayaran yang sah di Indonesia dan wajib digunakan dalam seluruh transaksi di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Sebagai bentuk uang digital yang beroperasi secara terdesentralisasi, *cryptocurrency* memiliki potensi untuk membawa perubahan besar dalam sistem keuangan.

Menurut Andrianto (2025) Indonesia menempati peringkat ketiga dalam tingkat adopsi kripto secara global pada tahun 2024, berada di bawah India dan

Nigeria yang menempati posisi pertama dan kedua. Capaian ini mencerminkan pertumbuhan adopsi aset kripto yang sangat signifikan di Indonesia, bahkan melampaui negara-negara besar seperti Amerika Serikat dan Vietnam.

Peringkat ini menjadi indikator kuat bahwa masyarakat Indonesia menunjukkan antusiasme tinggi terhadap aset digital, seiring meningkatnya minat terhadap instrumen investasi alternatif di era ekonomi digital. Menurut Iqbal (2025) *Crypto* memiliki beberapa jenis, diantaranya adalah *Bitcoin*, *Altcoin*, *Memecoin*, dan *Government Currency*. Salah satu mata uang kripto yang paling dikenal luas adalah Bitcoin, yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2009.

Kehadiran Bitcoin menjadi titik awal penting dalam perkembangan sistem keuangan digital karena mampu memperkenalkan mekanisme transaksi tanpa campur tangan otoritas pusat. Sejak saat itu, berbagai jenis *cryptocurrency* dengan beragam fungsi dan keunggulan pun mulai bermunculan.

Penggunaan *cryptocurrency* mengandung berbagai risiko, karena sistem ini tidak diawasi oleh satu otoritas pusat, melainkan dijalankan melalui jaringan komputer terdesentralisasi yang saling terhubung. Keamanan menjadi perhatian utama karena meskipun sistem blockchain dianggap aman, tetap terdapat kerentanan terhadap pembobolan atau serangan siber pada platform pertukaran *cryptocurrency* maupun dompet digital yang dapat merugikan pengguna.

Menurut Wang et al., (2024) Volatilitas yang tinggi membuat *cryptocurrency* tidak stabil dibandingkan dengan mata uang tradisional,

sehingga menyebabkan *fluktuasi* harga yang signifikan. Menurut Yasin & Sopingi (2024) kurangnya regulasi yang jelas terkait *cryptocurrency* dan *anonimitas* transaksi telah menyebabkan sejumlah aktivitas kriminal, seperti pencucian uang dan perdagangan narkoba, menggunakan *cryptocurrency* sebagai sarana transaksi.

Meskipun investasi dalam *cryptocurrency* memiliki tingkat risiko yang cukup tinggi, minat masyarakat terhadapnya terus meningkat. Hal ini terlihat dari data yang menunjukkan peningkatan nilai transaksi aset kripto serta jumlah pelanggan aset kripto terdaftar. Peningkatan ini menunjukkan bahwa masyarakat tertarik dengan potensi keuntungan yang besar, meskipun disertai dengan volatilitas harga yang tinggi.

Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI) mencatat bahwa aktivitas transaksi dan jumlah pelanggan terdaftar dalam perdagangan aset kripto di Indonesia terus mengalami pertumbuhan.

Tabel I. 1
Nilai Transaksi dan Jumlah Pelanggan Perdagangan Aset Kripto
Tahun 2020-2024

Periode (Tahun)	Nilai Transaksi Aset Kripto (IDR)	Perubahan (%)	Pelanggan Aset Kripto Terdaftar	Perubahan (%)
2020	64,98		2,00	
2021	859,45	1222,46	11,20	460
2022	296,66	-65,48	16,27	45,27
2023	149,25	-49,69	18,51	13,77
2024	650,61	335,97	22,91	23,77

Sumber: BAPPEBTI 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa nilai transaksi aset kripto di Indonesia mengalami fluktuasi signifikan dari tahun ke tahun. Pada 2021

terjadi peningkatan sebesar 1222,46% dibanding 2020, diikuti peningkatan besar jumlah pelanggan sebesar 460%. Pada 2022 dan 2023, nilai transaksi menurun drastis masing-masing sebesar 65,48% dan 49,69%, meskipun jumlah pelanggan tetap bertambah.

Pada 2024, nilai transaksi kembali meningkat signifikan sebesar 335,97%, menunjukkan pemulihan pasar, seiring pertumbuhan pelanggan yang konsisten mencapai 22,91 juta. Hal ini mencerminkan bahwa meski pasar kripto sempat mengalami penurunan, minat masyarakat terhadap aset digital ini tetap kuat.

Generasi milenial terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, dengan rentang usia saat ini antara 29 hingga 44 tahun. Sementara itu, generasi Z mencakup mereka yang lahir pada periode 1997 sampai 2012 dan kini berusia antara 13 hingga 28 tahun. Generasi milenial dan Gen Z menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap investasi di aset digital sebagai salah satu pilihan dalam pengelolaan keuangan.

Menurut Hidayat (2025) generasi Z (Gen Z) mendominasi pasar kripto Indonesia, dengan lebih dari 60% investor berusia 18 hingga 30 tahun per September 2024, didorong oleh tren digital dan media sosial. Perkembangan teknologi blockchain serta kemudahan dalam mengakses informasi dan edukasi *finansial* turut mendorong generasi ini untuk lebih cepat mengenal dan menggunakan investasi kripto.

Menurut Fauziyah (2024) minat generasi muda Indonesia terhadap investasi kripto sebagian besar didorong oleh meningkatnya kesadaran mereka akan pentingnya pengelolaan keuangan. Berdasarkan survei IDN Media dalam

laporan Indonesia Millennial and Gen Z Report (IMGR) 2024, tercatat bahwa 38% milenial dan 41% Gen Z di Indonesia secara rutin membuat anggaran keuangan bulanan. Selain itu, sebanyak 32% milenial dan 26% Gen Z juga menyisihkan sebagian pendapatan mereka untuk ditabung atau diinvestasikan.

Minat merupakan kecenderungan dalam diri seseorang untuk memiliki ketertarikan terhadap suatu objek. Ketertarikan ini timbul sebagai hasil dari kesadaran individu terhadap keberadaan objek, permasalahan, atau kondisi yang dirasa memiliki kaitan dengan dirinya. Minat seseorang untuk berinvestasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti literasi keuangan, pengaruh *social media influencer*, serta *Fear of Missing Out (FOMO)*.

Faktor utama yang mempengaruhi adalah literasi keuangan. Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan mengelola keuangan pribadi, termasuk mengenali risiko, menyusun perencanaan, dan mengambil keputusan investasi yang bijak. Literasi keuangan membantu individu menyadari bahwa aset digital bukan jalan pintas untuk cepat kaya, melainkan instrumen berisiko tinggi yang memerlukan strategi dan pemahaman mendalam.

Investor yang memiliki literasi keuangan akan menggunakan dana yang memang dialokasikan untuk investasi, bukan berasal dari pinjaman atau kebutuhan pokok. Mereka juga akan memastikan bertransaksi melalui platform resmi yang terdaftar di Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI), memilih aset legal yang diakui di Indonesia, serta tidak mudah tergiur proyek yang sedang viral namun belum jelas kredibilitasnya.

Prinsip diversifikasi diterapkan untuk membatasi risiko, dan keamanan aset dijaga dengan penggunaan dompet digital yang aman serta perlindungan data pribadi seperti *private key*. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan membuat banyak orang terjun ke investasi kripto secara emosional dan tanpa persiapan.

Dorongan untuk meraih untung besar sering kali membuat mereka mengabaikan risiko, menggunakan dana yang tidak semestinya, dan memilih aset atau platform ilegal. Akibatnya, tak sedikit yang mengalami kerugian besar, tertipu proyek palsu, atau kehilangan seluruh aset karena kelalaian dalam menjaga keamanan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa tingginya minat terhadap kripto tidak selalu sejalan dengan kesiapan finansial. Literasi keuangan berperan penting bukan untuk membatasi keinginan berinvestasi, melainkan untuk memastikan keputusan tersebut dilakukan secara bijak, terukur, dan bertanggung jawab.

Kemampuan ini membuat mereka lebih siap dalam mengelola risiko serta memilih instrumen investasi secara rasional. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin besar pula persepsi bahwa ia mampu melakukan investasi dengan bijak, yang pada akhirnya mendorong tumbuhnya minat untuk berinvestasi.

Literasi keuangan yang baik sangat diperlukan agar masyarakat dapat mengambil keputusan investasi secara bijak dan percaya diri. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zakaria & Megawati, (2022), Tedianta & Purwaningrum, (2024) serta Dewi (2024) literasi keuangan memiliki pengaruh

positif terhadap minat berinvestasi. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan hasil riset Taufiqoh et al., (2019) yang membuktikan bahwa minat masyarakat untuk mulai berinvestasi tidak terpengaruh oleh pemahaman literasi keuangan yang dimiliki seseorang.

Faktor kedua yaitu *Social Media Influencer*. Di Indonesia, media sosial telah menjadi sarana yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi dan edukasi seputar dunia investasi, termasuk investasi kripto. Fenomena ini terlihat dari semakin banyaknya akun dan individu yang berperan sebagai *influencer* di bidang keuangan, seperti Felicia Putri Tjiasaka, Timothy Ronald, Angga Andinata, dan Belvin Tannadi, hingga komunitas kripto di TikTok dan Instagram, yang secara aktif membagikan konten edukatif dan promosi terkait aset digital.

Mereka menyajikan materi dalam bentuk artikel, video pendek, hingga infografis yang mudah dicerna, sehingga memudahkan kalangan muda memahami konsep dasar investasi, risiko, serta strategi yang relevan. Kehadiran *influencer* dengan latar belakang keuangan mampu menarik perhatian generasi muda yang sebelumnya belum memiliki pengetahuan tentang investasi, khususnya kripto.

Mereka tidak hanya berbagi pengetahuan, tetapi juga membagikan pengalaman pribadi, portofolio investasi, hingga keuntungan yang diperoleh, yang mampu menumbuhkan motivasi dan minat audiens untuk ikut terjun dalam dunia kripto. Menurut Herviani et al., (2020) *social media influencer* yang memiliki banyak pengikut dianggap memiliki kemampuan untuk

menyebarkan informasi secara efisien, memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas di media sosial.

Mereka memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pengikutnya terkait berbagai hal, sehingga apapun yang disampaikan dapat memberikan dampak signifikan terhadap opini publik. Konten telah menjadi bagian yang cukup memengaruhi perilaku dan pola pikir masyarakat Indonesia, meskipun mereka belum sepenuhnya mampu membedakan antara informasi yang benar dan yang menyesatkan.

Menurut Zanesty & Rayhan, (2022) *social media influencer* berpengaruh positif terhadap minat investasi *cryptocurrency*. Menurut Arianti, (2023), Aji et al., (2024) dan Rachma et al., (2024) *Social Media Influencer* berpengaruh positif terhadap minat investasi. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriyani & Widarno (2025) *Social media influencer* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Faktor ketiga yaitu *Fear of Missing Out (FOMO)*. *Fear of Missing Out (FOMO)* merupakan kondisi psikologis di mana seseorang, merasa cemas atau khawatir akan tertinggal dalam mengikuti tren yang sedang berlangsung. Salah satu faktor pendorong utama munculnya fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)*, yakni rasa takut tertinggal dari tren populer yang berkembang di masyarakat.

Perkembangan media sosial yang sangat pesat semakin memperkuat fenomena tersebut karena memberikan akses luas bagi individu untuk melihat aktivitas dan pencapaian orang lain, sehingga menimbulkan tekanan sosial

untuk ikut serta dalam tren yang sedang berlangsung. Menurut Manggalayudha (2021) *Fear of Missing Out* (FOMO) bisa dibilang sebagai fenomena umum. Dasar pemikirannya adalah perasaan bahwa banyak orang lain bisa lebih sukses dengan jual beli asset kripto yang volatilitasnya jauh lebih tinggi dari volatilitas pasar saham.

Beberapa *influencer* di Indonesia belakangan ini aktif menampilkan keuntungan besar dari aktivitas trading kripto, namun jarang menunjukkan kerugian yang mereka alami. Hal tersebut secara tidak langsung menimbulkan ekspektasi berlebihan di kalangan pengikutnya. Pada saat yang sama, banyak investor muda yang kurang memiliki pandangan jangka panjang, terlalu percaya diri, atau justru ragu dalam mengambil keputusan.

Kondisi ini diperparah dengan dominasi pengguna media sosial dari generasi milenial dan generasi z yang belum sepenuhnya matang dalam berinvestasi serta cenderung mengandalkan emosi dibandingkan perencanaan yang rasional. Menurut Shofihawa (2025) fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) telah membuat banyak generasi muda terjun ke dunia investasi tanpa perencanaan yang matang. Alih-alih mendapatkan keuntungan, banyak dari mereka justru merugi karena keputusan yang gegabah.

Fear of Missing Out (FOMO) dapat membawa dampak serius bagi investor aset kripto karena dapat mengganggu kemampuan mereka dalam membuat keputusan trading yang rasional. Dorongan untuk mengejar keuntungan sering kali membuat individu mengambil risiko yang lebih tinggi.

Ketika harga mengalami penurunan secara tiba-tiba, hal tersebut berpotensi menimbulkan kerugian yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki peran signifikan dalam mendorong seseorang untuk mulai berinvestasi, meskipun tidak selalu disertai pertimbangan rasional.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputri et al., (2023), dan Tediaanta & Purwaningrum, (2024) *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif terhadap minat investasi. Berbeda dengan penelitian Dewi (2024) *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency* pada generasi z.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), minat individu dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol diri. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjadi landasan teoritis yang relevan dalam menjelaskan minat individu untuk berinvestasi, khususnya di kalangan generasi z.

Literasi keuangan merepresentasikan terbentuknya sikap positif individu terhadap perilaku investasi, di mana pemahaman yang memadai mengenai prinsip keuangan mendorong penilaian yang rasional serta dukungan terhadap aktivitas investasi. Sementara itu, *social media influencer* termasuk dalam aspek norma subjektif (*subjective norms*), karena mencerminkan tekanan sosial dari lingkungan, baik melalui paparan konten dari figur publik maupun kecemasan individu akan tertinggal dari peluang investasi yang dianggap menguntungkan.

Alasan penelitian ini dilakukan karena meningkatnya partisipasi generasi muda, khususnya generasi z, dalam investasi aset kripto yang tergolong sebagai instrumen berisiko tinggi, namun tetap menarik minat. Fenomena ini menunjukkan adanya faktor-faktor tertentu yang mendorong minat mereka untuk berinvestasi, meskipun di tengah fluktuasi harga dan risiko kerugian yang besar.

Minimnya pengalaman dan belum meratanya literasi keuangan di kalangan generasi z menimbulkan pertanyaan mengapa mereka tetap tertarik melakukan investasi kripto. Selain itu, pengaruh *social media influencer* serta dorongan psikologis seperti *Fear of Missing Out* (FOMO) juga diduga memainkan peran penting dalam membentuk keputusan investasi mereka.

Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana ketiga faktor ini literasi keuangan, *social media influencer*, dan *Fear of Missing Out* (FOMO) berkontribusi terhadap minat investasi *cryptocurrency* pada generasi z, guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi *cryptocurrency* pada generasi z, serta menjadi dasar bagi pengembangan strategi edukasi keuangan yang lebih efektif.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengangkat topik ini ke dalam sebuah penelitian yang berjudul **"Pengaruh Literasi Keuangan, *Social Media Influencer* Dan *Fear of Missing Out* (FOMO) Terhadap Investasi *Cryptocurrency* pada Generasi Z"**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi *cryptocurrency*?
2. Apakah *social media influencer* berpengaruh terhadap minat investasi *cryptocurrency*?
3. Apakah *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh terhadap minat investasi *cryptocurrency*?

1.3. Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini lebih terarah, terdapat beberapa batasan yang diterapkan, yaitu:

1. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri Literasi Keuangan (X_1), *Social Media Influencer* (X_2), *Fear of Missing Out* (FOMO) (X_3) dan variabel dependen minat investasi *cryptocurrency* (y).
2. Responden pada penelitian ini adalah generasi z.
3. Investasi yang menjadi objek adalah Investasi *Cryptocurrency*.

1.4. Tujuan Penelitian

Dengan didasari oleh rumusan masalah diatas, maka didapatkan tujuan penelitian, antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap minat investasi *cryptocurrency*.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Social Media Influencer* terhadap minat investasi *cryptocurrency*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap minat investasi *cryptocurrency*.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dengan menghadirkan wawasan baru yang berharga bagi pertumbuhan sektor investasi di bidang ekonomi.
- b. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi rujukan atau dasar pembandingan bagi penelitian-penelitian berikutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi z dalam berinvestasi di *cryptocurrency*.
- b. Investor dapat memanfaatkan penelitian ini untuk memperluas pemahaman mereka tentang investasi *cryptocurrency*, sehingga dapat membantu mereka memasuki bidang ini dengan lebih percaya diri. Sebelum berinvestasi dalam *cryptocurrency*, investor

dan calon investor perlu memiliki strategi yang matang dan pemahaman menyeluruh tentang potensi risiko yang ada.

- c. Penelitian ini dapat dijadikan bahan bacaan bagi mahasiswa, sebagai sumber informasi untuk memahami keputusan investasi *cryptocurrency* oleh generasi z.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi untuk membantu menghasilkan penelitian yang lebih baik di masa depan.

1.5.3. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi akademik bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti dalam memahami lebih dalam tentang minat investasi *cryptocurrency* dan relevansi faktor-faktor pendukungnya.

