

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

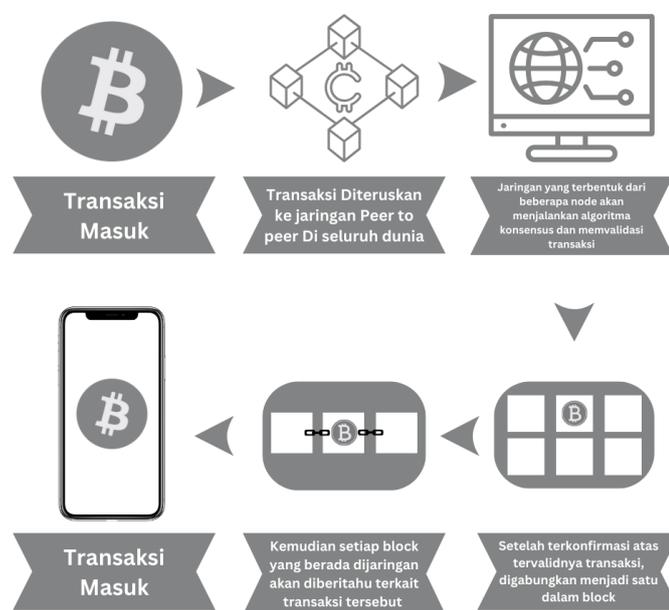
Sejak awal peradaban, manusia telah melakukan berbagai bentuk investasi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi yang berkembang seiring waktu. Motivasi utama investasi meliputi perlindungan nilai aset dari inflasi, akumulasi kekayaan, dan penciptaan jaminan finansial untuk masa depan (Bodie et al., 2023). Dalam konteks modern, investasi juga menjadi sarana untuk mencapai kebebasan finansial, memungkinkan individu untuk memanfaatkan sumber daya mereka secara optimal guna mencapai tujuan jangka panjang, seperti pendidikan, pensiun, atau pembelian properti (Ramadhani et al., 2022).

Seiring waktu, berbagai instrumen investasi terus bermunculan, mulai dari aset tradisional seperti emas, saham, dan obligasi, hingga aset digital seperti *Cryptocurrency*. Pertumbuhan populasi global dan perkembangan teknologi telah mendorong minat investasi ke generasi muda, termasuk Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Fadillah et al., 2022). Generasi ini dikenal sebagai *Digital Natives*, tumbuh dalam lingkungan teknologi yang pesat, menjadikan mereka kelompok yang adaptif terhadap inovasi seperti *Cryptocurrency* (Palupi & Putranti, 2024). Berdasarkan laporan Bappebti (2024), jumlah investor *Cryptocurrency* di Indonesia mencapai 21,27 juta orang, dengan lebih dari 60% berasal dari Generasi Z dan Milenial. Hal ini menunjukkan bahwa *Cryptocurrency* telah menjadi pilihan investasi yang signifikan di kalangan generasi muda.

Cryptocurrency pertama kali diperkenalkan melalui penciptaan Bitcoin pada tahun 2009 oleh seorang *anonym* yang bernama Satoshi Nakamoto. Bitcoin diperkenalkan pada awalnya sebagai mata uang digital yang didukung oleh teknologi *blockchain*, *Cryptocurrency* menawarkan transparansi, desentralisasi, dan keamanan dalam transaksi. *Blockchain*, teknologi inti yang

mendasari *Cryptocurrency*, adalah serangkaian blok data yang terhubung dalam sistem desentralisasi dan aman Chakravarty & Sarkar (2020). Teknologi ini memungkinkan pencatatan transaksi yang tidak dapat diubah dan diverifikasi oleh semua pengguna jaringan, sehingga menjamin transparansi serta mengurangi risiko manipulasi data.

Menurut Nurbarani & Soepriyanto (2022), *blockchain* memungkinkan transaksi yang tercatat dalam blok data yang saling terhubung, yang diverifikasi secara kolektif oleh pengguna jaringan. Teknologi ini memastikan keabsahan dan keamanan transaksi tanpa memerlukan pihak ketiga sebagai perantara. Dalam konteks *Cryptocurrency*, *blockchain* menjadi salah satu faktor pendorong kepercayaan pengguna karena transparansi dan desentralisasinya, yang memberikan alternatif yang lebih efisien dibandingkan sistem keuangan tradisional berikut merupakan alur bagaimana cara kerja *blockchain*:



Gambar 1. 1 cara kerja transaksi Blockchain

(Sumber: Nurbarani Soepriyanto)

Penggunaan teknologi *blockchain* di pasar *Cryptocurrency* memberikan berbagai keuntungan, termasuk:

1. **Transparansi:** Seluruh transaksi dapat diverifikasi oleh semua pengguna tanpa mengungkap identitas pribadi.
2. **Keamanan:** Teknologi kriptografi memastikan data transaksi terlindungi dari manipulasi.
3. **Efisiensi:** Proses transaksi lebih cepat dan biaya lebih rendah dibandingkan metode konvensional Chakravarty & Sarkar (2020).



Gambar 1. 2 Chart Bitcoin 5 Tahun terakhir

(Sumber: Tradingview)

Namun, pasar *Cryptocurrency* juga menghadapi tantangan besar, seperti volatilitas harga yang tinggi (Berdasarkan Chart yang ditampilkan pada 5 tahun terakhir) dan pengaruh sentimen pasar. Untuk memahami dinamika ini, indikator seperti *Fear and Greed Index (FGI)* digunakan untuk mengukur sentimen kolektif pasar, terutama di pasar *Cryptocurrency* yang sangat responsif terhadap emosi investor. Ketika FGI menunjukkan "fear," pasar sering kali dianggap undervalued, sehingga memberikan peluang beli. Sebaliknya,

ketika FGI menunjukkan "greed," pasar dianggap overvalued, menjadi sinyal untuk berhati-hati (Alternative.me).

Generasi Z, yang merupakan kelompok demografis terbesar di Indonesia saat ini, menunjukkan peningkatan minat terhadap investasi digital, termasuk *Cryptocurrency*. Berdasarkan data KSEI (2024), mayoritas investor individu di Indonesia berasal dari kelompok usia muda, yang sangat terhubung dengan teknologi dan informasi digital. Namun, rendahnya literasi keuangan di kalangan investor pemula sering kali menjadi tantangan dalam pengambilan keputusan investasi yang rasional. Hal ini relevan dalam konteks penggunaan ***Fear and Greed Index (FGI)***, sebuah alat yang menyederhanakan sentimen pasar menjadi representasi numerik, tetapi membutuhkan pemahaman literasi keuangan untuk interpretasi yang optimal.

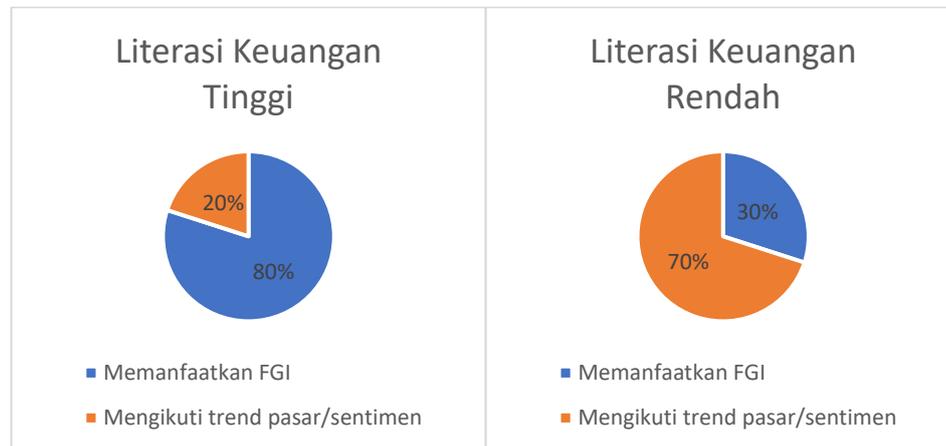


Gambar 1. 3 Diagram hasil survey Pra-penelitian (pengetahuan Fear and Greed Index)

(Sumber: Data diolah oleh peneliti)

Menurut hasil survei pra-penelitian yang dilakukan pada Januari 2025 menunjukkan bahwa banyak investor Generasi Z tidak mengetahui atau menggunakan FGI secara langsung dalam pengambilan keputusan investasi mereka. Namun, sentimen pasar yang diukur oleh FGI tetap relevan dan memengaruhi perilaku mereka secara tidak langsung. Sebagai alat yang merepresentasikan dinamika emosional pasar secara agregat, FGI mencerminkan perubahan sentimen yang tercermin dalam volatilitas harga,

momentum pasar, dan aktivitas media sosial. Dengan kata lain, meskipun investor tidak menyadari atau memahami FGI, keputusan mereka tetap dipengaruhi oleh kondisi pasar yang direpresentasikan oleh indeks ini.



Gambar 1. 4 Diagram perbandingan antara literasi keuangan tinggi & rendah

(Sumber: Data diolah oleh peneliti)

Terlepas dari ketidakpahaman responden akan *Fear and Greed Index* Berdasarkan hasil Survei pra-penelitian menunjukkan bahwa investor dengan literasi keuangan tinggi sebanyak 80% investor cenderung memanfaatkan FGI secara strategis, mengambil keputusan kontrarian terhadap sentimen pasar ekstrem. Sebaliknya, investor berliterasi rendah lebih terpengaruh oleh bias kognitif seperti *herding behavior*, di mana keputusan investasi sebanyak 70% responden lebih banyak dipengaruhi oleh tren di media sosial atau emosi pasar.

Berdasarkan dari hasil survei tersebut literasi keuangan merupakan fondasi penting dalam pengambilan keputusan investasi, terutama di pasar *Cryptocurrency* yang sangat dipengaruhi oleh sentimen pasar dan volatilitas tinggi. Investor yang berliterasi keuangan baik mampu memahami dan menganalisis indikator seperti *Fear and Greed Index* (FGI), sehingga dapat mengambil keputusan yang rasional meskipun pasar berada dalam kondisi ekstrem. Sebaliknya, investor dengan literasi rendah lebih rentan terhadap bias emosional, seperti ketakutan (*fear*) atau keserakahan (*greed*), yang sering kali mengarah pada keputusan yang impulsif.

Selain sentimen pasar, Media sosial juga ditemukan sebagai salah satu faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan investasi. Generasi Z, yang sangat terhubung dengan platform seperti Twitter, TikTok, dan Reddit, cenderung menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama (Widjanarko et al., 2023). Namun, berdasarkan survei pra-penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh media sosial lebih dominan pada responden berliterasi keuangan rendah, yang sering kali mengandalkan opini publik tanpa analisis mendalam. Sebaliknya, responden berliterasi tinggi memanfaatkan media sosial sebagai referensi sekunder, melengkapi analisis teknis dan fundamental mereka.

Selain sebagai sumber informasi, media sosial memiliki pengaruh langsung terhadap emosi dan perilaku investasi. Diskusi yang viral, baik melalui influencer maupun komunitas, sering kali mendorong investor untuk bertindak impulsif, mengikuti mayoritas pasar tanpa analisis yang memadai. Hal ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat memengaruhi keputusan investasi secara signifikan, baik secara positif maupun negatif. Contoh kasus dari Efek *Herding Behavior* (Ikut-ikutan) di Media Sosial:

1. Optimisme berlebihan (*Greed*): Ketika ada diskusi tentang potensi keuntungan besar dari aset tertentu.

A. Contoh: Tren Dogecoin yang viral karena cuitan Elon Musk, yang mendorong lonjakan harga akibat pembelian massal.



Gambar 1. 5 Cuitan Elon Musk tentang Dogecoin

Sumber : X (pada akun Elon Musk)



Gambar 1. 6 Dogecoin terjadi lonjakan volume transaksi dan harga

(Sumber: Tradingview)

2. Ketakutan (*Fear*): Ketika berita negatif atau diskusi tentang risiko pasar menyebar, mendorong aksi jual besar-besaran.

A. Contoh: Berita larangan *Cryptocurrency* di negara china yang viral di media sosial dan memicu aksi panic selling.

Investor yang tidak memiliki analisis mandiri sering kali merespons informasi ini dengan reaksi impulsif, yang mencerminkan bias emosional daripada keputusan rasional.

Dampaknya bagi Investor yang terpapar bias ini sering kali membuat keputusan impulsif, seperti membeli aset saat pasar sedang *overbought* (*greedy*) atau menjual saat pasar *oversold* (*fearful*), yang bertentangan dengan prinsip investasi rasional.

Media sosial sering kali menjadi katalis utama dalam membentuk sentimen pasar, terutama di kalangan Generasi Z. Platform seperti Twitter, TikTok, dan Reddit menyediakan informasi yang cepat dan mudah diakses, tetapi sering kali dipengaruhi oleh opini publik yang tidak selalu didasarkan pada analisis mendalam. Informasi yang viral di media sosial dapat menciptakan optimisme berlebihan (*greed*) atau ketakutan (*fear*), yang berdampak signifikan pada perilaku investasi, khususnya bagi investor yang menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi.

Namun, tanpa literasi keuangan yang memadai, informasi dari media sosial sering kali mengarahkan pada bias perilaku. Investor dengan tingkat literasi rendah cenderung lebih rentan terhadap *herding behavior*, yaitu keputusan yang diambil hanya karena mengikuti mayoritas pasar tanpa analisis yang rasional. Hal ini terlihat dari hasil survei pra-penelitian, di mana sebagian besar responden berliterasi rendah menunjukkan kecenderungan untuk mengikuti tren pasar yang dipengaruhi oleh opini di media sosial, bahkan ketika informasi tersebut tidak terverifikasi.

Media sosial, dengan segala pengaruhnya terhadap sentimen pasar, memiliki efek yang berbeda pada investor dengan tingkat literasi keuangan yang bervariasi. Investor yang memiliki literasi keuangan lebih tinggi cenderung menggunakan media sosial sebagai referensi sekunder yang melengkapi analisis mereka, sementara investor berliterasi rendah lebih sering terpengaruh oleh emosi dan opini kolektif. Literasi keuangan berperan penting dalam membantu investor menyaring informasi yang relevan dan valid dari media sosial untuk mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional.

Dengan literasi keuangan yang memadai, investor dapat mengelola pengaruh media sosial secara lebih strategis, memanfaatkan informasi yang tersedia tanpa terjebak dalam bias emosional seperti *loss aversion* atau FOMO (*Fear of Missing Out*). Oleh karena itu, literasi keuangan tidak hanya menjadi kompetensi individual yang penting, tetapi juga variabel kunci yang memoderasi hubungan antara media sosial dan keputusan investasi, terutama di kalangan Generasi Z yang sangat adaptif terhadap teknologi digital.

Survei pra-penelitian memberikan wawasan awal tentang bagaimana Generasi Z merespons sentimen pasar yang direfleksikan oleh FGI. Meskipun banyak responden tidak mengetahui FGI secara langsung, sentimen pasar yang diukur oleh indeks ini tetap memengaruhi perilaku mereka. Temuan ini mengungkapkan bahwa responden dengan literasi keuangan tinggi cenderung memanfaatkan FGI untuk mengambil keputusan kontrarian yang strategis,

seperti membeli saat pasar berada dalam kondisi *fear* dan menjual saat *greed*. Sebaliknya, responden berliterasi rendah lebih rentan terhadap bias kognitif seperti *herding behavior*, di mana mereka mengikuti mayoritas pasar tanpa analisis mendalam.

Dalam konteks pengambilan keputusan investasi, literasi keuangan memegang peran penting sebagai variabel yang memoderasi pengaruh sentimen pasar terhadap perilaku investor. Literasi yang memadai memungkinkan individu untuk memahami indikator seperti *Fear and Greed Index* (FGI) secara lebih rasional, sehingga mereka dapat mengurangi pengaruh bias emosional, seperti *loss aversion* yang sering kali membuat investor terlalu fokus pada kerugian jangka pendek. Selain itu, literasi keuangan juga membantu investor untuk menyaring informasi dari media sosial, yang sering kali menjadi sumber opini publik yang emosional dan kurang terverifikasi.

Kemampuan investor untuk memanfaatkan FGI atau informasi dari media sosial sangat bergantung pada pemahaman mereka terhadap risiko, peluang, dan dinamika pasar. Dengan literasi keuangan yang baik, investor dapat membuat keputusan yang lebih strategis dan terinformasi, sehingga menghindari bias perilaku seperti *herding behavior*, di mana keputusan diambil berdasarkan mayoritas pasar tanpa analisis mendalam.

Literasi keuangan dipilih sebagai variabel moderasi karena perannya yang signifikan dalam memengaruhi cara investor memahami dan merespons sentimen pasar yang diukur oleh *Fear and Greed Index* (FGI). Literasi keuangan memungkinkan investor untuk memanfaatkan informasi dari media sosial secara lebih rasional, sehingga dapat menghindari pengaruh emosi pasar yang sering kali memperburuk pengambilan keputusan.

Lebih dari itu, literasi keuangan relevan tidak hanya karena membantu investor memahami indikator pasar, tetapi juga karena keterkaitannya dengan perilaku rasional dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks pasar *Cryptocurrency* yang sangat fluktuatif, literasi keuangan memberikan kerangka

kerja yang penting untuk membantu investor menghindari keputusan impulsif dan bias perilaku seperti *herding behavior*.

Dalam konteks *Behavioral Finance*, temuan ini menegaskan pentingnya literasi keuangan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi hubungan antara sentimen pasar dan keputusan investasi. *Prospect Theory* menjelaskan bahwa investor sering kali dipengaruhi oleh emosi seperti ketakutan kehilangan (*loss aversion*) atau keserakahan untuk keuntungan instan. Literasi keuangan yang memadai membantu investor memahami sentimen pasar seperti yang direfleksikan oleh FGI, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih rasional dan strategis.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara media sosial, sentimen pasar, dan keputusan investasi Generasi Z di pasar *Cryptocurrency*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat untuk memahami perilaku investasi di kalangan generasi muda sekaligus mendorong pentingnya peningkatan literasi keuangan.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **Pengaruh *Fear and Greed Index* (Sentimen Pasar) dan media sosial terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar *Cryptocurrency*, dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Fear and Greed Index* (FGI) terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar *Cryptocurrency*?
2. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar *Cryptocurrency*?
3. Bagaimana literasi keuangan memoderasi pengaruh *Fear and Greed Index* (FGI) terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar *Cryptocurrency*?
4. Bagaimana literasi keuangan memoderasi pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar *Cryptocurrency*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh *Fear and Greed Index* (FGI) terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar *Cryptocurrency*.
2. Menganalisis pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar *Cryptocurrency*.
3. Mengidentifikasi peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara FGI dan keputusan investasi Generasi Z di pasar *Cryptocurrency*.
4. Mengidentifikasi peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara media sosial dan keputusan investasi Generasi Z di pasar *Cryptocurrency*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sejumlah manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

- A. **Kontribusi terhadap Pengembangan Ilmu Pengetahuan:** Penelitian ini berperan dalam memperluas literatur mengenai perilaku investasi Generasi Z, terutama pada konteks pasar *Cryptocurrency* yang memiliki karakteristik sangat fluktuatif. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan akademis terkait pemanfaatan *Fear and Greed Index* (FGI) sebagai indikator sentimen pasar, pengaruh media sosial dalam proses pengambilan keputusan investasi, serta peranan literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam memengaruhi kualitas keputusan investasi.

2. Manfaat Praktis

- A. **Bagi Investor Individu:** Hasil penelitian ini dapat membantu investor, khususnya Generasi Z, untuk lebih memahami pentingnya literasi keuangan dalam menghadapi sentimen pasar yang diukur oleh FGI dan informasi dari media sosial. Dengan literasi yang lebih baik, investor

dapat mengurangi pengambilan keputusan yang impulsif dan bias perilaku, sehingga meningkatkan kualitas keputusan investasi.

- B. **Bagi Akademisi:** Penelitian ini memberikan data empiris yang dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi dalam mengembangkan studi lebih lanjut tentang hubungan antara literasi keuangan, sentimen pasar, media sosial, dan perilaku investasi di generasi muda.