

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi saat ini memicu terjadinya perubahan di bidang keuangan, yang kemudian melahirkan *Financial Technology* (FinTech). Awal mula perkembangan FinTech dapat ditelusuri sejak tahun 1866 dengan diperkenalkannya sistem transfer uang seperti *Fedwire*. Namun, FinTech mulai berkembang pesat pada tahun 2008 yang menandai “era baru FinTech” (Alt *et al.*, 2020), seiring dengan kemajuan teknologi seperti perangkat seluler, jaringan nirkabel, dan teknologi *web* yang membawa transformasi besar terutama dalam dunia perbankan. Kehadiran FinTech telah membawa pengaruh besar dalam pasar keuangan dengan melahirkan berbagai model bisnis baru termasuk munculnya aset kripto sebagai salah satu instrumen investasi modern (Walwii *et al.*, 2025).

Investasi *cryptocurrency* merupakan jenis investasi pada aset digital yang diamankan dengan teknologi *blockchain*. Aset ini bersifat terdesentralisasi, artinya tidak berada di bawah kendali bank sentral, serta memiliki tingkat fluktuasi harga yang tinggi. Bagi generasi muda, investasi kripto kerap dianggap sebagai peluang untuk memperoleh keuntungan besar dalam waktu relatif singkat, meskipun tetap mengandung risiko yang signifikan (Meriacri, 2023).

Cryptocurrency mulai dikenal tahun 2008, seorang individu atau kelompok \ nama palsu Satoshi Nakamoto menerbitkan sebuah *whitepaper* berjudul “*Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System.*” Dokumen tersebut memperkenalkan teknologi *blockchain*, yang memungkinkan terjadinya perdagangan langsung antar

pengguna tidak disertai melibatkan perantara semacam bank. Kemudian, pada 3 Januari 2009, blok pertama *Bitcoin* yang dikenal *Genesis Block* sukses diperoleh. Di dalamnya terdapat pesan mengacu krisis keuangan global: “*The Times 03/Jan/2009 Chancellor on brink of second bailout for banks.*” Makna tersebut jadi lambang kritik sistem perbankan konvensional. (Whitepaper, 2008).

Satoshi		Notable Block	
Coinbase Message - EThe Times 03/Jan/2009 Chancellor on brink of second bailout for banks			
Bitcoin Genesis			
On January 3rd 2009, the Bitcoin network was created when Satoshi Nakamoto (the project's mysterious creator) mined the "Genesis" block. The 50 bitcoin coinbase reward is unredeemable, as it was omitted from the transaction database. This means any attempt to spend it would be rejected by the network. Whether this was intentional or not still remains unknown.			
A total of 0.00 BTC (\$0.00) were sent in the block with the average transaction being 0.00000 BTC (\$0.00). Satoshi earned a total reward of 50.00 BTC \$0.00. The reward consisted of a base reward of 50.00 BTC \$0.00 with an additional 0.00000 BTC (\$0.00) reward paid as fees of the 1 transactions which were included in the block.			
Details			
Hash	00000-ce26f ☒	Depth	924,711
Capacity	0.03%	Size	285
Distance	16y 10m 18d 19h 9m 29s	Version	0×1
BTC	0.0000	Merkle Root	4a-3b ☒
Value	\$0.00	Difficulty	1.00
Value Today	\$0.00	Nonce	2,083,236,893
Average Value	0.000000000000 BTC	Bits	486,604,799
Median Value	50.000000000000 BTC	Weight	1,140 WU
Input Value	0.00 BTC	Minted	50.00 BTC
Output Value	50.00 BTC	Reward	50.000000000000 BTC
Transactions	1	Mined on	04 Jan 2009 at 01:15:05
Witness Tx's	0	Height	0
Inputs	1	Confirmations	924,711
Outputs	1	Fee Range	∞-0 sat/vByte
Fees	0.000000000000 BTC	Average Fee	0.000000000000
Fees Kb	0.000000000000 BTC	Median Fee	0.000000000000
Fees kWU	0.000000000000 BTC	Miner	Satoshi

Gambar 1 1Genesis Block
sumber: *blockchain.com*, 2009

Seiring dengan semakin banyaknya jumlah pengguna, *cryptocurrency* diakui aset yang mampu diperjualbelikan sebagaimana diatur dalam Peraturan Nomor 5 Tahun 2019 Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI) tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto (*Crypto Assets*) di Bursa Berjangka. Peraturan tersebut memberikan legalitas aset kripto selaku instrumen investasi namun bukan sebagai alat pembayaran.

Perkembangan *cryptocurrency* menjadikannya sebagai instrumen investasi baru dalam dunia keuangan modern. Aset digital ini kerap diminati oleh investor

karena memiliki nilai yang fluktuatif, mirip dengan saham, sehingga memberikan peluang untuk memperoleh keuntungan besar dalam waktu singkat. Investasi pada *cryptocurrency* kini semakin populer di kalangan generasi muda, terutama di antara mereka yang melihat aset kripto sebagai salah satu alternatif investasi yang menjanjikan. Banyak dari mereka berharap dapat memperoleh imbal hasil yang signifikan melalui pergerakan harga yang dinamis di pasar kripto (2026 *et al.*, 2025).

Dalam melakukan investasi, seorang investor selalu dihadapkan pada berbagai keputusan yang berdampak beragam aspek, internal ataupun eksternal. Aspek mencakup kemudahan akses terhadap informasi serta tingkat kepastian atau ketidakpastian kondisi pasar. Tidak semua individu mampu mengelola situasi tersebut dengan baik, sehingga perbedaan kemampuan ini akan memengaruhi perilaku dan cara seseorang mengambil keputusan investasi. Akhirnya, keputusan yang diambil akan menentukan apakah investor memperoleh hasil (*return*) sesuai harapan atau justru mengalami kerugian.

Behavioral finance adalah bidang ilmu yang mempelajari cara berpikir dan bertindak seseorang dalam mengambil keputusan keuangan, baik sebagai investor individu maupun institusional. Hal ini menyoroti berbagai faktor, terutama aspek psikologis dan sosiologis, yang memengaruhi perilaku dalam pengambilan keputusan. Beragam teori dalam *behavioral finance* menjelaskan bagaimana kondisi psikologis investor memengaruhi tingkat keberanian dalam mengambil risiko, khususnya dalam keputusan investasi. Beberapa teori yang termasuk dalam *behavioral finance* antara lain *Prospect Theory*, *Regret Theory*, *Decision Affect*

Theory, *Mental Accounting Theory*, dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Yuniningsih, 2020).

Perilaku keuangan menggambarkan kemampuan seseorang dalam membuat keputusan terkait pengelolaan keuangan pribadinya (Enaam Youssef, 2024). Secara lebih luas, perilaku keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keyakinan individu terhadap produk serta layanan keuangan yang dapat memengaruhi cara berpikir, sikap, dan tindakan seseorang dalam mengambil keputusan serta mengatur keuangannya (Adam & Siharis, 2023).

Behavioral finance memegang peran penting dalam memahami cara Generasi Z berinvestasi. Gen Z cenderung dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial, seperti *fear of missing out* (FOMO), trend, serta opini figur publik keuangan. Berdasarkan perspektif *behavioral finance*, perilaku investasi Gen Z sering kali dipengaruhi oleh emosi, persepsi risiko, dan dorongan sosial, bukan semata-mata pertimbangan rasional.

Menurut penelitian Handayani (2019), Generasi Z ialah kalangan yang berkembang seiringnya era digitalisasi, sehingga gaya hidup dan cara berkomunikasinya sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang pesat. Pemilihan kelompok ini didasari oleh karakteristik mereka sebagai *digital natives* yang memiliki adaptasi tinggi terhadap teknologi keuangan digital. Di negara berkembang, Generasi Z dan milenial cenderung memilih jenis investasi yang dianggap lebih aman serta mempunyai keyakinan diri tinggi dalam berinvestasi. Aspek-aspek yang berdampak perilaku investasi kedua generasi ini

meliputi literasi keuangan, sikap keuangan, dan persepsi terhadap resiko (Supeni *et al.*, 2023).

Berlandaskan data dari BAPPEBTI serta beberapa media kripto lokal, tercatat bahwa hingga September 2024 terdapat sekitar 21,27 juta investor aset kripto di Indonesia, dengan sekitar 60% terumur 18 hingga 30 tahun. Dari total tersebut, 26,9% termasuk kelompok umur 18–24 tahun, sedangkan 35,1% pada umur 25–30 tahun. Generasi milenial merujuk pada masyarakat yang lahir tahun 1981 hingga 1996, yang berusia sekitar 28–43 tahun, sedangkan Generasi Z mencakup individu yang lahir tahun 1997 hingga 2012. Pada saat penelitian ini dilakukan di tahun 2026, Generasi Z berada pada rentang usia 14 hingga 29 tahun. Namun, mengingat objek penelitian ini adalah investasi aset kripto yang memerlukan legalitas usia sesuai regulasi Bappebti, maka penelitian ini membatasi subjek pada Generasi Z yang telah berusia 18 hingga 29 tahun. (Coinvestasi, 2024).

Golongan umur 26–35 tahun, 36–50 tahun, dan 18–25 tahun tercatat mempunyai tingkat pemahaman keuangan paling tinggi dibandingkan golongan umur lainnya, dengan pola capaian yang konsisten pada literasi komposit, konvensional, maupun syariah. Meskipun demikian, literasi keuangan syariah pada seluruh kelompok tersebut masih berada pada level yang lebih rendah dibandingkan dua kategori lainnya, yang mencerminkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap konsep dan produk keuangan syariah belum sekuat pemahaman mereka terhadap keuangan konvensional. Temuan ini mengindikasikan perlunya strategi edukasi yang lebih terarah dan tersegmentasi berdasarkan usia, khususnya untuk

memperkuat literasi syariah tanpa mengabaikan penguatan literasi pada kategori lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Tabel 1.1 Tingkat Literasi Keuangan Generasi Z

Kelompok Usia	Indeks Literasi Komposit (%)	Indeks Literasi Konvensional (%)	Indeks Literasi Syariah (%)
18–25 tahun	70,19	69,78	42,94
26–35 tahun	74,82	74,47	50,32
36–50 tahun	71,72	71,31	43,99

Tabel 1. 1 Tingkat Literasi Keuangan Generasi Z

Sumber: (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Hasil observasi memberikan gambaran bahwa kecakapan keuangan di kalangan Generasi Z masih berada di bawah level generasi-generasi pendahulunya., sehingga mereka cenderung lebih rentan dalam membuat keputusan investasi yang kurang rasional. Indonesia juga negara yang minimnya wawasan finansial yang dimiliki oleh masyarakat. Merujuk pada pernyataan Kusumaningtuti Soetiono dari OJK dalam kutipan Kusuma (2020), indeks kecakapan finansial di tanah air tercatat belum mampu melampaui capaian negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia, serta masih di bawah Thailand.

Pemahaman keuangan memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan kecerdasan finansial. Seseorang dengan pemahaman keuangan yang memadai kerap menunjukkan kecerdasan finansial yang lebih tinggi, karena kecerdasan finansial pada dasarnya dibangun dari pemahaman yang memadai terhadap berbagai konsep dan aspek keuangan. Seseorang pandai keuangan mampu mengatur aset, mengendalikan risiko, serta meningkatkan kekayaan secara lebih

efektif sesuai dengan tingkat pengetahuan dan keterampilan finansial yang dimilikinya (Lusardi & Mitchell, 2020).

Literasi keuangan ialah keterampilan seseorang menguasai berbagai produk, konsep, dan sistem ekonomi yang didukung oleh informasi yang relevan. Pemahaman tersebut mencerminkan kapasitas seseorang untuk mengenali risiko keuangan dan membuat keputusan ekonomi tepat, logis, serta bertanggung jawab dalam pengelolaan ekonomi pribadi maupun investasi (OECD, 2020).

OJK (2024) memaknai literasi keuangan sebagai rangkaian proses peningkatan pemahaman, keahlian, serta rasa percaya diri masyarakat guna mencapai pengelolaan keuangan yang lebih teratur dan maksimal.

Pengetahuan (*knowledge*) dalam konteks ini mengacu pada pemahaman yang perlu dimiliki setiap individu mengenai standar literasi keuangan, risiko, hak dan kewajiban sebagai konsumen atau pengguna, serta berbagai aspek lain yang berhubungan dengan keuangan. Keterampilan atau *skill* berpacu keterampilan individu guna mengimplementasikan wawasan yang dimilikinya pada mengelola berbagai persoalan ekonomi, semacam mengukur risiko, bunga, serta aspek-aspek keuangan lainnya. Sementara keyakinan dalam konteks ini merujuk pada tingkat kepercayaan seseorang terhadap pengelolaan uang atau aset lain oleh lembaga atau institusi keuangan yang memiliki kredibilitas. Diharapkan kepercayaan tersebut selaras dengan instrumen investasi yang dipilih serta mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku (Rina Apriliani, 2024).

Secara garis besar, OJK menegaskan bahwa literasi keuangan yang terdiri dari unsur pengetahuan, kemahiran, dan rasa percaya diri merupakan fondasi utama

bagi masyarakat guna mengatur tata kelola finansial secara berdaya guna. Adanya wawasan yang memadai terkait ragam instrumen finansial serta kesanggupan mengimplementasikan teori tersebut saat menentukan pilihan akan mendorong individu menjadi lebih mandiri dan bijaksana dalam menata dana pribadinya.

Dalam buku yang disunting oleh Nicolini dan Cude pada tahun 2022, dijelaskan bahwa *gender* ialah faktor demografis berdampak tingkat literasi ekonomi. Ketimpangan pemahaman ekonomi pria dan wanita sering kali dikaitkan dengan perbedaan peran sosial, tingkat kepercayaan diri dalam mengelola keuangan, serta sikap terhadap risiko. Laki-laki umumnya memiliki tingkat kepercayaan diri dan kecenderungan mengambil risiko yang lebih besar pada penentuan keputusan keuangan, sementara perempuan kerap berhati-hati dan mempertimbangkan risiko secara lebih matang, yang pada akhirnya memengaruhi tingkat literasi keuangan yang dimiliki (Nicolini & Cude, 2022).

Kedua, tingkat pendidikan berkontribusi signifikan meningkatkan pemahaman ekonomi. Lebih tinggi pendidikan individu, kian luas pengetahuan dan kemampuan mereka dalam memahami konsep keuangan, mengelola risiko, serta mengambil keputusan finansial yang bijaksana. Pendidikan juga membantu mengembangkan keterampilan analitis dan rasa percaya diri dalam mengelola keuangan.

Faktor selanjutnya status mukim. Status mukim berpengaruh terhadap tingkat literasi keuangan seseorang. Individu yang tinggal mandiri, seperti di kontrakan atau asrama, kerap bertanggungjawab dan terampil mengatur keuangan. Selain itu,

mereka dengan status mukim yang stabil biasanya mempunyai akses baik terhadap layanan dan informasi ekonomi, sedangkan tidak stabil menghadapi lebih banyak hambatan dalam membangun literasi keuangan.

Faktor yang keempat adalah tingkat pendapatan. Hal ini berdampak besar pemahaman ekonomi seseorang. Orang berpenghasilan besar umumnya mempunyai kemudahan memperoleh pendidikan serta bermacam sumber daya keuangan, sementara mereka berpendapatan rendah sering terkendala dalam mengaksesnya karena fokus pada kebutuhan dasar. Akibatnya, terjadi kesenjangan literasi keuangan yang perlu diatasi melalui program edukasi keuangan yang mudah diakses oleh semua kalangan.

Faktor yang terakhir adalah status pekerjaan. Pekerjaan berpengaruh besar terhadap tingkat literasi keuangan seseorang. Individu yang bekerja di bidang dengan tuntutan pendidikan tinggi atau sektor keuangan cenderung memiliki pemahaman dan keterampilan finansial yang lebih baik. Sebaliknya, pekerjaan dengan pendapatan atau stabilitas rendah dapat membatasi kemampuan dalam mengelola keuangan. Karena itu, peningkatan literasi keuangan perlu mempertimbangkan jenis dan kondisi pekerjaan agar edukasi keuangan dapat diakses secara merata oleh semua kalangan.

Literasi keuangan diklasifikasikan ke dalam dua jenjang, yakni tingkat dasar (*fundamental*) serta tingkat lanjutan. Pada level dasar, indikator utamanya meliputi penguasaan terhadap kalkulasi angka, biaya bunga, kenaikan harga (inflasi), serta konsep nilai waktu dari uang, termasuk kewaspadaan terhadap risiko kejahatan finansial. Sementara itu, pada tahapan yang lebih kompleks, cakupannya

meluas pada pemahaman mengenai mekanisme bursa efek, instrumen reksadana, suku bunga acuan, obligasi, hingga manajemen risiko dan diversifikasi portofolio (Choerudin *et al.*, 2023).

Dimensi investasi dalam kecakapan keuangan mencakup landasan fundamen mengenai pengelolaan dana mandiri, instrumen simpan-pinjam, proteksi asuransi, serta penempatan modal. Dalam hal ini, investasi menitikberatkan pada kesanggupan subjek guna mendalami beragam dimensi yang menyertai operasional penempatan dana. Hal ini mencakup pengetahuan tentang produk-produk investasi semacam saham, obligasi, dan reksa dana, serta pemahaman terhadap bahaya dan peluang yang menyertai setiap jenis investasi dalam hal ini *cryptocurrency*. Berbekal pemahaman tersebut, responden diharapkan memiliki kecakapan untuk menata serta merumuskan pilihan penempatan dana dengan lebih presisi dan berdaya guna.

Individu yang memiliki indeks kemahiran finansial yang mumpuni umumnya bersikap lebih teliti serta memiliki keyakinan tinggi saat menetapkan strategi investasi. Pemahaman yang baik mengenai konsep keuangan memungkinkan investor untuk memaksimalkan potensi keuntungan dari investasi yang dijalankan, sekaligus meminimalkan risiko yang mungkin terjadi. Dengan demikian, individu mempunyai pemahaman ekonomi kuat lebih berhati-hati dan rasional menentukan langkah investasinya, maka pilihan yang dipilih jadi tepat, terukur, dan berdasarkan pertimbangan yang matang (Adwitiya, 2025).

Indonesia tergolong negara tingkat pemahaman ekonomi yang minim. Kusumaningtuti Soetiono, Anggota Dewan Komisiner OJK bidang Edukasi dan

Perlindungan Konsumen, menyatakan (dikutip Kusuma, 2020) bahwa pemahaman ekonomi Indonesia lebih rendah daripada Singapura dan Malaysia, serta di bawah Thailand.

Khalid, lewat studinya yang bertajuk "Peran Literasi Keuangan Digital dan Tren Investasi Digital", mengemukakan bahwa, kecakapan finansial digital pada kelompok penanam modal usia muda sering kali hanya terpaku pada aspek teknis pengoperasian aplikasi saja. Hal ini sayangnya tidak dibarengi dengan pemahaman komprehensif terkait manajemen risiko maupun perencanaan strategi investasi untuk durasi yang panjang. Tren investasi di media sosial sering memicu keputusan yang emosional dan impulsif, sementara banyak investor belum memiliki strategi pengelolaan risiko yang memadai. Seseorang tingkat pemahaman digital baik kerap mempunyai kendali diri kuat, sehingga mereka lebih waspada dan tidak sembarangan dalam memilih instrumen investasi. Dengan itu, peningkatan pemahaman ekonomi digital jadi kunci guna membangun pola investasi yang berbasis logika.

Meningkatnya tren investasi *cryptocurrency* di kalangan Generasi Z telah mendorong munculnya *endorsement* dari para *influencer* media sosial yang memanfaatkan popularitas mereka untuk mempromosikan investasi aset kripto. Banyaknya pengikut dan besarnya dampak yang dipunyai, alhasil figur publik berperan mendalam pada membentuk keputusan publik, khususnya di golongan generasi muda yang cenderung menganggap perilaku influencer sebagai sesuatu yang menarik dan patut ditiru, sehingga turut memengaruhi keputusan mereka dalam berinvestasi (Chairunnisa *et al.*, 2021).

Namun, informasi yang tersebar di media sosial tidak selalu valid atau akurat. Banyak investor pemula terjebak dalam narasi FOMO (*Fear of Missing Out*), yakni ketakutan tertinggal tren, sehingga mengikuti arus investasi hanya karena dorongan emosional tanpa dasar analisis yang kuat. Dengan memperlihatkan bahwasanya pengaruh internet terhadap minat investasi bukan bersifat informatif, namun psikologis. Literatur akademik sebelumnya telah menunjukkan bahwa pilihan investasi didampakan bermacam aspek, termasuk informasi, pandangan risiko, kepercayaan, dan motivasi ekonomi. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus meneliti peran media sosial sebagai faktor penentu investasi dalam konteks *cryptocurrency*, terutama di ruang digital yang sangat dinamis dan spekulatif (Hardiyono, 2024).

Penelitian mengenai aspek-aspek yang mendampakan keputusan investasi memang banyak dilakukan, namun sebagian besar masih berfokus pada investasi konvensional seperti saham, reksa dana, dan obligasi. Sementara itu, penelitian yang menyoroti keputusan investasi Generasi Z pada aset *cryptocurrency* masih sangat terbatas, padahal kelompok ini kini menjadi dominan dalam pasar kripto Indonesia, yakni mencapai sekitar 60% dari total 21,27 juta investor aset kripto (BAPPEBTI, 2024).

Selain itu, Penelitian terdahulu mengenai keputusan investasi umumnya masih menelaah variabel literasi keuangan atau perilaku keuangan secara parsial, tanpa mempertimbangkan intervensi masif dari media sosial dan peran *influencer* yang kini menjadi determinan utama bagi Generasi Z di era digital. Meskipun studi mengenai keputusan investasi Generasi Z telah banyak dilakukan,

masih terdapat celah literatur (*research gap*) dalam mengintegrasikan variabel perilaku dan literasi keuangan dengan faktor eksternal berupa pengaruh *influencer* media sosial, khususnya pada aset *cryptocurrency* yang memiliki volatilitas tinggi.

Fakta di lapangan menunjukkan adanya anomali yang menarik untuk diteliti, yakni meskipun seorang mempunyai pemahaman ekonomi memadai, tetap rentan terjebak dalam FOMO dan dorongan emosional sebab trend. Fenomena ini diperkuat oleh kecenderungan Generasi Z yang lebih memercayai *peer-to-peer advice* atau tokoh media sosial dibandingkan institusi keuangan formal.

Dengan begitu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan melakukan studi kasus pada komunitas Cryptowolf di Indonesia. Fokus utamanya adalah memahami bagaimana interaksi sosial di media digital memoderasi perilaku investasi mereka, serta mengungkap kontradiksi mengapa literasi keuangan sering kali kalah oleh pengaruh *influencer* dalam pengambilan keputusan investasi di pasar kripto.

Komunitas *Cryptowolf* merupakan komunitas diskusi aset *cryptocurrency* yang bersifat terbuka untuk umum, yang dibentuk sebagai wadah bagi trader dan investor kripto dari berbagai tingkat. Komunitas ini menyediakan ruang diskusi, tanya jawab, serta saling berbagi informasi terkait perdagangan aset kripto, baik pada instrumen spot maupun pasar derivatif, sehingga menjadi salah satu sumber informasi dan pembelajaran investasi berbasis media sosial.

Melalui aktivitas berbagi analisis pasar, pengalaman investasi, serta pembaruan informasi terkait perkembangan kripto dan pasar, komunitas

Cryptowolf berperan dalam meningkatkan literasi keuangan anggotanya. Selain itu, diskusi mengenai strategi, penggunaan tools, serta mindset investasi turut memengaruhi perilaku keuangan anggota, khususnya dalam membentuk sikap yang lebih terencana, logis, dan berhati-hati penetapan pilihan investasi aset *cryptocurrency*.

Interaksi yang terjadi dalam komunitas Cryptowolf juga memperlihatkan adanya peran individu atau anggota yang dianggap berpengalaman dan kredibel sebagai influencer media sosial, yang pandangan dan analisisnya dapat memengaruhi keputusan investasi anggota lain, terutama Generasi Z. Oleh karena itu, berdasarkan karakteristik tersebut, penelitian ini mengambil studi pada Komunitas Cryptowolf untuk mengkaji dampak perilaku ekonomi, literasi keuangan, dan influencer media sosial pada pilihan berinvestasi Generasi Z pada aset *cryptocurrency*.

Teori yang akan digunakan adalah Teori Perilaku Keuangan (*Behavioral Finance Theory*) Menyatakan bahwasanya putusan ekonomia tidak selalu bersifat rasional, melainkan kerap dipengaruhi oleh berbagai bias psikologis dan faktor sosial. Menurut Friederich *et al.* (2023), generasi muda sering kali terdorong oleh emosi, semacam rasa takut tertinggal atau FOMO, membuat penentuan investasi, khususnya instrumen berisiko tinggi semacam *cryptocurrency*.

Teori yang kedua adalah *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan Ajzen (2002), niat untuk bertindak ditentukan tiga pilar utama: respons terhadap perilaku, norma subjektif, serta kendali perilaku. Pada fenomena investasi kripto di kalangan pemuda, niat ini terwujud melalui optimisme terhadap profit (sikap),

pengaruh tren dari lingkungan maupun *influencer* (norma subjektif), dan kemahiran dalam mengoperasikan teknologi finansial (kontrol perilaku).

Social Influence Theory (Kelman, 1958), teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh orang lain melalui observasi, identifikasi, dan imitasi. Dalam konteks media sosial, *influencer* memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi, sikap, dan tindakan pengikutnya terhadap suatu produk atau aktivitas, termasuk investasi kripto.

Dengan menggunakan teori-teori ini, penelitian dapat menjelaskan bagaimana kombinasi aspek psikologis (*behavioral finance*), pengetahuan finansial (*financial literacy*), dan pengaruh sosial (*social media influence*) secara simultan membentuk niat dan keputusan investasi Generasi Z dalam aset *cryptocurrency*.

Penelitian ini perlu dilakukan untuk memahami bagaimana perilaku keuangan, pemahaman ekonomi, dan *influencer* secara simultan memengaruhi keputusan berinvestasi generasi Z pada aset kripto di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dengan memperkaya literatur investasi kripto dan faktor-psikososial yang memengaruhinya, serta implikasi praktis berupa rekomendasi untuk edukasi keuangan, regulator, dan platform investasi agar generasi muda dapat membuat penentuan investasi bijak.

Dengan ini , penulis meneliti **“Pengaruh Perilaku Keuangan, Literasi Keuangan, Dan Influencer Media Sosial Terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z Pada Aset *Cryptocurrency* (Studi Pada Komunitas Cryptowolf)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan uraian diatas latar, maka diidentifikasiakan bermacam pokok persoalan yaitu:

1. Apakah Perilaku Keuangan, Literasi Keuangan, dan Influencer Media Sosial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Berinvestasi?
2. Apakah Perilaku Keuangan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Berinvestasi?
3. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berinvestasi generasi Z pada aset *cryptocurrency*?
4. Apakah *Influencer* Media Sosial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Berinvestasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan perancangan pokok persoalan di atas, tujuan yang ingin dituju oleh penulis adalah:

1. Mengkaji dampka perilaku keuangan, literasi keuangan, dan *influencer* media sosial secara simultan terhadap keputusan investasi Generasi Z pada aset *cryptocurrency*.
2. Mengkaji dampak perilaku keuangan secara parsial terhadap keputusan investasi Generasi Z pada aset *cryptocurrency*.
3. Mengkaji dampak literasi keuangan secara parsial terhadap keputusan investasi Generasi Z pada aset *cryptocurrency*.
4. Mengkaji dampak *influencer* media sosial secara parsial terhadap keputusan investasi Generasi Z pada aset *cryptocurrency*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

- a. Pada teoritis, guna tercapainya syarat kelulusan jenjang Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik di Universitas Pembangunan Veteran Jawa Timur.
- b. Diharapkan mampu menyalurkan partisipasi terhadap kemajuan kajian ilmiah faktor-faktor yang berdampak minat dan keputusan investor berinvestasi aset *cryptocurrency*. Secara khusus, penelitian ini memperkaya literatur mengenai dampak pemahaman ekonomi, *influencer*, serta perilaku dan motivasi keuangan keputusan investasi kalangan muda di era digital.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti lain dalam bidang manajemen keuangan maupun investasi digital. Selain itu, penelitian ini juga menyediakan wawancara para investor, terutama generasi Z, agar lebih mengerti aspek-aspek yang dipengaruhi keputusan mereka dalam berinvestasi pada aset *cryptocurrency* sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih bijak dan rasional.