

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, ditambah dengan pengaruh globalisasi sektor keuangan, telah mengubah secara fundamental cara masyarakat berinteraksi dengan dunia keuangan. Akses terhadap berbagai layanan keuangan kini menjadi jauh lebih terbuka berkat inovasi teknologi dan perkembangan *financial technology (fintech)*, yang berperan penting dalam memperluas inklusi keuangan di Indonesia (Yasrizal et al., 2025). Melalui transformasi digital tersebut, masyarakat semakin mudah memanfaatkan berbagai layanan keuangan dan produk investasi, termasuk instrumen *modern* seperti cryptocurrency yang berkembang pesat di era digital (Retno Purwani Setyaningrum & Wiyatur, 2025).

Kemajuan teknologi digital tidak hanya mendorong inovasi di sektor keuangan, tetapi juga mengubah pola perilaku dan preferensi investor *modern*. Transformasi digital menurunkan hambatan akses (*entry barriers*) terhadap berbagai instrumen investasi, sehingga partisipasi masyarakat dalam kegiatan investasi meningkat secara signifikan (Nida, 2024). Platform digital seperti aplikasi investasi, media sosial, dan *marketplace* aset keuangan kini berperan penting dalam menyediakan informasi, edukasi, serta kemudahan transaksi bagi masyarakat luas (Mardotillah, 2025). Fenomena ini tidak hanya meningkatkan inklusi keuangan, tetapi juga melahirkan generasi investor baru yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi serta terbuka terhadap peluang investasi yang bersifat inovatif dan dinamis.

Perkembangan investasi cryptocurrency di Indonesia sendiri menunjukkan tren pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data OJK yang dikutip dari Detikfinance.com, jumlah investor aset kripto pada

Maret 2025 tercatat sebanyak 13,71 juta orang, kemudian meningkat menjadi 15,85 juta orang pada Juni 2025. Berdasarkan data tersebut, jumlah investor kripto bertambah 2,14 juta dalam 3 bulan. Bahkan proyeksi CNBC Indonesia memperkirakan bahwa hingga akhir 2025, jumlah investor kripto bisa menembus 28,65 juta orang, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar aset digital terbesar di dunia. Jika dibandingkan dengan jumlah *Single Investor Identification* (SID) di pasar modal, KSEI melaporkan bahwa pada Januari 2025 terdapat sekitar 15,16 juta investor, dan jumlah tersebut meningkat menjadi 17,59 juta investor pada Agustus 2025. Perbandingan ini menunjukkan bahwa jumlah investor kripto dalam periode yang sama hampir menyamai, bahkan berpotensi melampaui, jumlah investor di pasar modal tradisional di Indonesia.

Menurut data dari siaran pers Bappebti pada bulan November 2024, 75% pengguna aset kripto berada di rentang usia 18-35 tahun, menandakan bahwa dominasi Generasi Z dalam kegiatan investasi kripto cukup kuat. Dalam penelitian Palupi dan Putranti (2024) menunjukkan bahwa informan dari kalangan generasi Z memandang kripto sebagai bagian dari gaya hidup modern sekaligus sebagai aset yang dianggap memiliki prospek masa depan lebih menarik dibandingkan instrumen investasi konvensional.

Sebagai *digital natives*, generasi yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, Gen Z memiliki karakteristik unik dalam pengambilan keputusan keuangan. Mereka cenderung lebih berani mengambil risiko, terbuka terhadap inovasi finansial, serta mudah dipengaruhi oleh dinamika informasi di dunia maya, termasuk tren investasi yang berkembang di media sosial (Yulianti et al., 2025). Terlebih lagi, tingkat keterpaparan Gen Z terhadap informasi digital jauh lebih tinggi dibanding kelompok usia lainnya. Survei dari YouGov—lembaga riset internasional berbasis di Inggris—yang dikutip Kompas (2025) menunjukkan bahwa 81% masyarakat Indonesia aktif menggunakan media sosial, dan 60% di antaranya merupakan Gen Z. Bahkan, sekitar 48 persen Gen Z menghabiskan waktu 1–5 jam per hari untuk mengakses berbagai platform media.

Khana et al., (2025) menemukan bahwa media sosial, konten influencer, dan fenomena FOMO menjadi faktor signifikan yang mendorong keputusan Gen Z untuk masuk ke pasar kripto.



Gambar 1.1 Data Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia 2024-2025

Sumber: Goodstats

Berdasarkan data OJK dan BPS pada gambar 1.1, secara nasional peningkatan akses terhadap layanan keuangan memang terlihat cukup jelas dalam dua tahun terakhir. Indeks inklusi keuangan naik dari 75,02% pada 2024 menjadi 80,51% pada 2025. Meski demikian, kenaikan literasi keuangan tidak setinggi inklusinya. Indeks literasi hanya meningkat dari 65,43% menjadi 66,46%, atau sekitar satu poin persentase. Perbedaan laju pertumbuhan ini menunjukkan bahwa perluasan akses ke layanan keuangan masih bergerak lebih cepat dibandingkan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap produk dan fitur keuangan yang mereka gunakan. Secara literasi, Indonesia sudah menunjukkan peningkatan baik dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keterbatasan literasi keuangan memiliki hubungan erat dengan kecenderungan investor dalam mengambil keputusan yang keliru. Mahmood et al. (2024) menemukan bahwa tingkat literasi keuangan yang rendah membuat investor lebih mudah dipengaruhi oleh faktor emosional, impulsif, serta bias kognitif, yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan keputusan investasi yang tidak rasional dan merugikan. Dalam konteks ini, literasi keuangan berperan penting karena membantu investor memahami karakteristik produk finansial, mengukur risiko dengan lebih objektif, dan mengambil keputusan yang selaras dengan tujuan keuangan jangka panjang. Sebagai contoh yang nyata adalah pada tahun 2021, terdapat fenomena lonjakan harga salah satu cryptocurrency yang disebabkan pengaruh dari Elon Musk.

Lagi & Lagi, Kicauan Elon Musk Bikin Kripto Dogecoin Melonjak

Aldo Fernando, [CNBC Indonesia](#)

15 December 2021 08:05



Gambar 1. 1 Berita Elon Musk yang Memicu Kenaikan Harga *Dogecoin*

Sumber: CNBC Indonesia

Terlihat dari berita oleh CNBC Indonesia pada gambar 1.2, terjadinya fenomena lonjakan harga *Dogecoin* pada 2021 menunjukkan bagaimana psikologi investor dan pengaruh media sosial dapat memengaruhi keputusan investasi di

pasar cryptocurrency. Dogecoin, yang awalnya dibuat sebagai koin meme, naik dari sekitar USD 0,007 di awal tahun menjadi USD 0,73 pada Mei 2021. Lonjakan ini dipicu oleh perhatian publik dan tokoh internasional Elon Musk, dimana setiap cuitannya di Twitter mampu memengaruhi volume dan harga perdagangan koin tersebut secara signifikan (Ante, 2021; Shahzad, Anas, & Bouri, 2022).

Namun setelah mencapai puncaknya pada Mei 2021, seperti yang bisa dilihat dari gambar 1.3, harga *Dogecoin* mulai mengalami penurunan yang cukup signifikan. Grafik pergerakan harga menunjukkan bahwa kenaikan tersebut tidak dapat dipertahankan ketika dorongan sentimen dari media sosial mulai melemah. Ketika perhatian publik berkurang dan tidak ada katalis baru yang mampu mendorong permintaan, banyak investor memilih untuk menjual aset mereka. Tekanan jual yang meningkat ini menyebabkan harga *Dogecoin* bergerak turun secara bertahap. Selain itu, keterbatasan fundamental dan minimnya perkembangan proyek turut mempercepat koreksi harga. Akhirnya, setelah fase euforia berakhir, harga Dogecoin stabil kembali pada level yang lebih rendah, mencerminkan bahwa lonjakan sebelumnya lebih dipengaruhi oleh sentimen pasar.



Gambar 1. 2 Grafik harga *Dogecoin*

Sumber: tradingview.com

Situasi ini menunjukkan bahwa masyarakat rentan terpengaruh konten viral di media sosial karena kemampuan memilah informasi yang masih terbatas (Ferdiawan, et al., 2019), sehingga banyak investor mengikuti tren tanpa analisis mendalam. Fenomena ini juga menggambarkan bias psikologis yang diteliti, seperti *overconfidence* bias ketika investor yakin bisa untung cepat dengan berinvestasi di *Dogecoin*, *availability bias* karena fokus pada informasi viral, dan *herding bias* (perilaku ikut-ikutan) saat banyak orang membeli. Dengan demikian, lonjakan *Dogecoin* menjadi contoh nyata bagaimana perilaku investor dalam mengambil keputusan investasi seringkali didorong oleh aspek psikologis. Selain itu, keputusan juga terpengaruh besar oleh media sosial sehingga dapat mendorong fluktuasi harga yang ekstrem di pasar cryptocurrency.

Kelima bias yang ingin diteliti dalam penelitian ini berperan dalam memengaruhi cara investor menilai peluang dan risiko pada aset kripto. Salah satu bias yang paling sering muncul adalah bias *overconfidence*. Menurut Kim, Hanna, dan Lee (2023), *overconfidence* berpengaruh positif terhadap partisipasi dan intensitas investasi, terutama pada investor yang merasa memiliki pengetahuan memadai. Investor yang pernah untung besar pada masa *bull* market sering menganggap keberhasilan tersebut sebagai hasil kemampuan pribadi. Hal ini membuat mereka lebih sering melakukan *trading* dan mengambil risiko lebih besar. Tanpa pemahaman fundamental yang kuat, *overconfidence* dapat menyebabkan keputusan impulsif dan kerugian ketika pasar berubah arah.

Bias *representativeness* juga memengaruhi keputusan investasi, termasuk di pasar kripto. *Representativeness* bias terjadi ketika investor menilai potensi suatu aset hanya berdasarkan kemiripannya dengan aset lain yang sebelumnya sukses, tanpa melakukan analisis mendalam. Studi oleh (Gautam & Kumar, 2023) meneliti berbagai heuristik yang digunakan investor kripto, termasuk *representativeness*, *overconfidence*, dan *availability*, untuk memahami bagaimana bias perilaku memengaruhi pengambilan keputusan investasi. Mereka menemukan bahwa *representativeness* merupakan salah satu bias yang signifikan memengaruhi

keputusan investor kripto, karena investor cenderung menggunakan “jalan pintas” mental untuk menilai peluang investasi.

Bias *availability* juga memperkuat perilaku investor ritel di pasar kripto. *Availability* bias terjadi ketika investor menilai peluang investasi berdasarkan informasi yang paling mudah diingat, terutama berita ekstrem atau viral yang sering muncul di media sosial. Studi oleh (Sahu et al., 2025) menunjukkan bahwa paparan berita sensasional dapat memengaruhi persepsi risiko investor kripto dan memicu keputusan investasi impulsif. Selain itu, penelitian oleh (Mulyadi et al., 2025) menemukan bahwa informasi yang viral atau trending di media sosial mendorong investor untuk membeli atau menjual aset kripto tanpa melakukan verifikasi kualitas informasi terlebih dahulu. Fenomena ini membuat investor ritel lebih rentan terhadap hype dan proyek yang berisiko.

Bias *anchoring* juga sering memengaruhi investor kripto. Investor biasanya menjadikan harga awal pembelian atau harga tertinggi sebagai patokan utama. Chen et al. (2021) menemukan bahwa *anchoring* membuat investor menahan aset walaupun tren harga turun, karena berharap harga akan kembali ke angka awal. Ozdemir dan Caginalp (2022) juga menunjukkan bahwa investor sering menetapkan target harga berdasarkan angka lama, bukan kondisi pasar saat ini.

Terakhir, perilaku *herding* juga menjadi salah satu bias yang paling banyak ditemukan pada pasar kripto. Ali (2022) menunjukkan bahwa *herding* terjadi terutama pada periode volatilitas tinggi dan pada aset berkapitalisasi kecil. Penelitian lain dalam (Le et al., 2024) juga menemukan bahwa *herding* meningkat pada periode ketidakpastian, seperti konflik geopolitik. Ardoğan, Gül, dan Suyadal (2023) menunjukkan bahwa pengaruh komunitas, *influencer*, dan rasa takut tertinggal (*FOMO*) memperkuat kecenderungan investor mengikuti mayoritas.

Penelitian ini memiliki celah penelitian berupa *population gap*, karena jurnal utama yang menjadi acuan, yaitu penelitian oleh Shahzad, Muhammad Asim

Shahzad, Du Jianguo, Naveed Jan, dan Yasir Rasool, menguji pengaruh lima behavioral bias terhadap keputusan investasi saham investor di Tiongkok. Fokus tersebut berbeda secara signifikan dengan penelitian ini yang dilakukan pada investor cryptocurrency Generasi Z di Indonesia. Perbedaan ini menimbulkan ketidakpastian apakah temuan dari konteks pasar saham di negara maju seperti Tiongkok dapat diterapkan secara langsung pada pasar cryptocurrency Indonesia yang memiliki karakteristik berbeda.

Pasar saham di Tiongkok dapat dikategorikan sebagai pasar yang relatif matang, dengan regulasi yang baik serta ketersediaan informasi fundamental. Dalam kondisi tersebut, keputusan investasi umumnya masih dapat didasarkan pada analisis rasional, dan behavioral bias berperan sebagai faktor pendukung. Berbeda dengan pasar saham, cryptocurrency tidak memiliki laporan keuangan atau dasar fundamental yang baku, sehingga pergerakan harganya lebih banyak dipengaruhi oleh sentimen pasar, persepsi investor, dan tren yang berkembang di media sosial. Situasi ini membuat keputusan investasi kripto menjadi lebih rentan terhadap pengaruh behavioral bias.

Selain perbedaan instrumen investasi, karakteristik investor Generasi Z di Indonesia juga berbeda dengan investor saham di Tiongkok yang diteliti oleh Shahzad et al. Generasi Z cenderung memiliki pengalaman investasi yang lebih terbatas, toleransi risiko yang lebih tinggi, serta sangat bergantung pada media sosial dan fenomena *fear of missing out* (FOMO) dalam mengambil keputusan. Perbedaan lingkungan, jenis instrumen, dan objek penelitian tersebut menunjukkan adanya celah penelitian (research gap), karena temuan pada pasar saham di Tiongkok belum tentu sepenuhnya relevan untuk menjelaskan perilaku investor cryptocurrency Generasi Z di Indonesia.

Oleh karena itu, meskipun pasar saham yang memiliki fundamental saja masih dipengaruhi oleh behavioral bias, penelitian pada cryptocurrency menjadi semakin penting. Tujuan penelitian ini bukan hanya membuktikan bahwa bias

perilaku ada, tetapi untuk memahami bagaimana dan seberapa besar peran masing-masing behavioral bias dalam memengaruhi keputusan investasi cryptocurrency pada Generasi Z di Indonesia, khususnya dalam kondisi pasar yang penuh ketidakpastian.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa fenomena perilaku investasi Generasi Z dalam cryptocurrency dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis yang mencerminkan adanya bias perilaku dalam pengambilan keputusan. Meskipun perkembangan teknologi telah memudahkan akses terhadap informasi dan instrumen investasi, hal tersebut tidak serta-merta menjamin keputusan yang rasional. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana *overconfidence*, *representativeness bias*, *availability bias*, *anchoring bias*, dan *herding bias* berpengaruh terhadap keputusan investasi pada cryptocurrency, khususnya di kalangan Generasi Z yang menjadi pemeran dominan di pasar aset digital saat ini.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks permasalahan yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

- 1) Apakah *Overconfidence Bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada cryptocurrency?
- 2) Apakah *Representativeness Bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada cryptocurrency?
- 3) Apakah *Availability Bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada cryptocurrency?
- 4) Apakah *Anchoring Bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasinya pada cryptocurrency?
- 5) Apakah *Herding Bias* berpengaruh positif keputusan investasi pada cryptocurrency?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui apakah *Overconfidence Bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada cryptocurrency.
- 2) Untuk mengetahui apakah *Representativeness Bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada cryptocurrency.
- 3) Untuk mengetahui apakah *Availability Bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada cryptocurrency.
- 4) Untuk mengetahui apakah *Anchoring Bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada cryptocurrency.
- 5) Untuk mengetahui apakah *Herding Bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada cryptocurrency.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang keuangan dan perilaku keuangan (*behavioral finance*), khususnya dalam konteks cryptocurrency. Dengan menelaah pengaruh lima jenis bias perilaku terhadap keputusan investasi, penelitian ini berupaya memperluas pemahaman tentang bagaimana faktor psikologis memengaruhi proses pengambilan keputusan keuangan yang sering kali tidak sepenuhnya rasional. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik dengan memberikan bukti empiris baru mengenai perilaku investor, terutama dari kalangan Generasi Z yang menjadi kelompok dominan dalam investasi kripto. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat berkontribusi terhadap pengembangan teori-teori *behavioral finance* yang relevan dengan konteks pasar keuangan digital, di mana informasi tersebar cepat dan perilaku investor lebih dipengaruhi oleh emosi, tren, serta opini

publik daring. Lebih jauh, penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi hubungan antara bias kognitif dan pengambilan keputusan investasi dengan pendekatan yang lebih komprehensif, baik melalui model eksperimental, survei perilaku, maupun analisis kuantitatif. Dengan demikian, manfaat akademis penelitian ini tidak hanya terletak pada temuan empirisnya, tetapi juga pada kontribusinya dalam memperkuat fondasi teoretis dan metodologis dalam kajian perilaku keuangan modern.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat nyata bagi berbagai pihak yang terlibat dalam ekosistem keuangan dan investasi digital. Bagi investor individu, khususnya generasi muda yang aktif berinvestasi di aset kripto, hasil penelitian ini dapat menjadi panduan untuk mengenali dan mengelola kecenderungan bias perilaku yang mungkin memengaruhi keputusan mereka. Pemahaman terhadap bias seperti *overconfidence* dan *herding* dapat membantu investor agar lebih berhati-hati dalam menilai risiko dan tidak semata-mata mengikuti tren pasar. Bagi lembaga pendidikan dan pelaku industri keuangan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang program literasi dan edukasi keuangan yang lebih efektif. Dengan memahami bagaimana *representativeness*, *availability*, dan *anchoring bias* memengaruhi pola pikir investor, lembaga pendidikan maupun penyedia layanan investasi dapat mengembangkan strategi komunikasi dan pelatihan yang lebih tepat sasaran. Selain itu, bagi regulator dan pembuat kebijakan di sektor keuangan, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang pentingnya kebijakan perlindungan investor di era digital. Pemahaman terhadap bias perilaku investor akan membantu otoritas keuangan dalam merumuskan kebijakan yang mampu meningkatkan kesadaran risiko, stabilitas pasar, serta perlindungan terhadap investor ritel di pasar cryptocurrency yang berfluktuasi tinggi.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk menjaga agar penelitian ini tetap fokus dan tidak melebar terlalu luas, maka ditetapkan beberapa batasan penelitian sebagai berikut:

- A. **Responden Penelitian:** Penelitian ini difokuskan pada investor individu Generasi Z (kelahiran 1997-2012) yang sedang melakukan investasi pada cryptocurrency dengan durasi berinvestasi minimal 6 bulan. Pemilihan kelompok ini didasarkan pada fakta bahwa Gen Z merupakan mayoritas investor muda di Indonesia dan dianggap paling relevan untuk menggambarkan perilaku investasi berbasis behavioral bias. Dengan melibatkan responden yang aktif, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai motivasi, strategi, serta kecenderungan dalam pengambilan keputusan investasi. Namun, perlu dicatat bahwa hasil penelitian ini mungkin tidak sepenuhnya merepresentasikan seluruh populasi investor kripto, terutama mereka yang lebih pasif atau memiliki profil risiko yang berbeda.
- B. **Variabel Penelitian:** Variabel independen dalam penelitian ini meliputi *overconfidence bias*, *representativeness bias*, *availability bias*, *anchoring bias*, dan *herding bias*, sedangkan variabel dependen yang dianalisis adalah keputusan investasi cryptocurrency.
- C. **Ruang Lingkup:** Penelitian dibatasi pada investor yang berdomisili di Indonesia, dengan penyebaran kuesioner melalui media sosial, komunitas daring, serta jaringan pertemanan dan keluarga.
- D. **Periode Penelitian:** Pengumpulan data dilakukan dalam rentang waktu tertentu sesuai jadwal penelitian yang telah ditetapkan, sehingga hasil penelitian merepresentasikan kondisi pada periode tersebut.
- E. **Alat Analisis:** Data yang diperoleh akan diolah menggunakan SmartPLS 4.0 untuk analisis model struktural, serta SPSS 30 untuk uji pendukung, sehingga hasil analisis dapat memberikan gambaran empiris yang akurat mengenai hubungan antarvariabel.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai alur dan isi penelitian ini, penulisan disusun dalam lima bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini bertujuan memberikan dasar pemahaman mengenai konteks dan urgensi penelitian.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori-teori yang menjadi dasar penelitian, termasuk konsep *behavioral finance*, bias perilaku investor, dan keputusan investasi cryptocurrency. Selain itu, bab ini juga mengkaji penelitian terdahulu, menyajikan kerangka pemikiran, serta merumuskan hipotesis yang diuji dalam penelitian ini.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan desain penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian berupa pengolahan data, analisis temuan, serta pembahasan yang menghubungkan hasil penelitian dengan teori dan penelitian terdahulu.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan kesimpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan penelitian, baik untuk pengembangan akademik maupun praktik investasi cryptocurrency pada Gen Z di Indonesia.