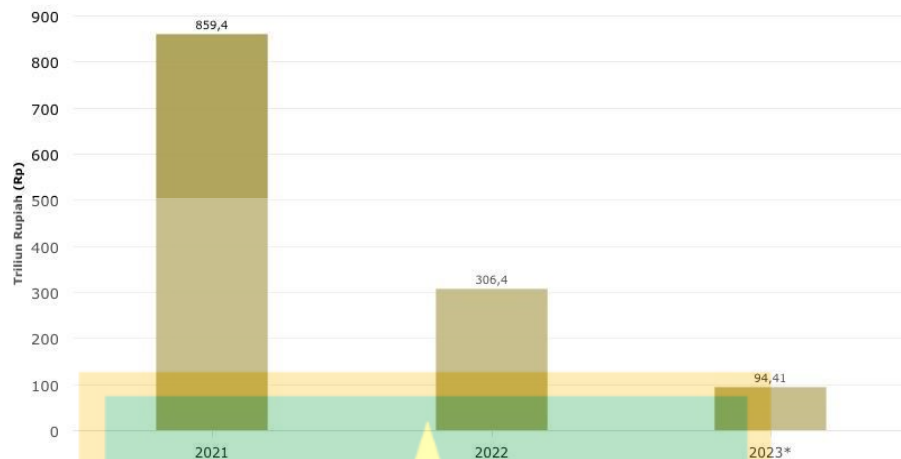


# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Minat investasi dalam *cryptocurrency* menjadi salah satu aspek penting dalam manajemen keuangan karena mencerminkan bagaimana individu mengalokasikan sumber daya finansial mereka di era digital. Sebagai aset yang memiliki volatilitas tinggi, keputusan untuk berinvestasi dalam *cryptocurrency* sangat dipengaruhi oleh pemahaman terhadap risiko dan potensi keuntungan. (Putra et al., 2022) menemukan bahwa minat investasi dapat ditingkatkan melalui peningkatan literasi keuangan dan motivasi finansial, yang mendorong individu untuk lebih memahami mekanisme investasi digital. (Wahyuni dan Pratama, 2021) juga menunjukkan bahwa tingkat pemahaman terhadap *cryptocurrency* menjadi faktor kunci dalam menentukan seberapa besar minat seseorang untuk berinvestasi. Ketertarikan terhadap investasi ini semakin meningkat dengan adanya peran media sosial, di mana influencer keuangan berkontribusi dalam membentuk persepsi dan keputusan investasi generasi milenial. Penelitian lain oleh (Ramadhan dan Suryono, 2020) menegaskan bahwa informasi yang disampaikan oleh media sosial dapat memberikan dampak signifikan terhadap keputusan investasi, terutama bagi mereka yang belum memiliki pengalaman dalam investasi digital. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi dalam *cryptocurrency* menjadi hal yang krusial dalam manajemen keuangan modern.

Minat investasi *cryptocurrency* menjadi elemen strategis dalam perencanaan keuangan generasi milenial karena mencerminkan pola pikir yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi finansial. Generasi ini cenderung mencari alternatif investasi yang menawarkan fleksibilitas serta potensi keuntungan tinggi, sejalan dengan karakteristik mereka yang lebih terbuka terhadap risiko dibandingkan generasi sebelumnya. Menurut *Modern Portfolio Theory* (Markowitz, 1952), diversifikasi investasi dalam aset digital seperti *cryptocurrency* memungkinkan investor untuk mengoptimalkan keuntungan sambil meminimalkan risiko.



Sumber: Databoks, 2023

**Gambar 1.1** Nilai Transaksi Aset Kripto di Indonesia (2021-2023)

Berdasarkan gambar di atas *Cryptocurrency* telah mengalami perubahan signifikan dalam hal volume transaksi selama tiga tahun terakhir, yang menunjukkan dinamika pasar yang kompleks dan terus berubah. Sebagai aset digital yang menawarkan alternatif investasi baru bagi generasi milenial, *cryptocurrency* awalnya menarik minat besar dengan volume transaksi yang mencapai 859,4 juta USD pada tahun 2021. Namun, tren penurunan terlihat jelas pada tahun 2022 dengan hanya 306,4 juta USD, dan semakin merosot menjadi 94,41 juta USD pada tahun 2023. Perubahan ini mencerminkan berbagai faktor yang mempengaruhi minat investasi, termasuk regulasi, keamanan pasar, dan sentimen investor terhadap ketidakstabilan harga. Dalam konteks digitalisasi ekonomi, peran media sosial dan influencer keuangan menjadi semakin dominan dalam membentuk pandangan generasi milenial terhadap *cryptocurrency*. Seperti halnya strategi merek dalam industri lain, eksposur terhadap informasi yang kredibel dan edukasi finansial yang memadai dapat membantu meningkatkan kepercayaan investor serta membangun stabilitas investasi jangka panjang. Oleh karena itu, memahami tren dan faktor yang mempengaruhi minat investasi *cryptocurrency* menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi aset digital di era modern.

Kajian mengenai hubungan antara literasi keuangan dan motivasi investasi terhadap minat investasi *cryptocurrency* menjadi aspek penting dalam memahami

perilaku investasi generasi milenial. Berdasarkan teori *planned behavior*, tingkat pemahaman seseorang terhadap konsep keuangan dan motivasi investasi yang kuat dapat memengaruhi minat mereka dalam berinvestasi pada aset dengan volatilitas tinggi seperti *cryptocurrency* (Fadillah & Kusuma, 2022). Literasi keuangan yang baik berfungsi sebagai dasar dalam menilai risiko dan keuntungan investasi, sementara motivasi investasi mendorong individu untuk mengambil langkah aktif dalam mengembangkan portofolio investasi mereka.

Beberapa penelitian telah meneliti pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi *cryptocurrency*, khususnya pada generasi milenial yang mulai aktif dalam ekosistem keuangan digital. (Kusuma Dewi, et al. 2022) mengungkapkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency* yang berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar minat mereka dalam berinvestasi pada aset digital.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Tediarta & Purwaningrum, 2024) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency*. Temuan ini sejalan dengan teori *planned behavior*, di mana pemahaman yang lebih mendalam terhadap aspek keuangan berperan dalam membentuk niat dan keputusan investasi.

Namun, berbeda dengan penelitian diatas penelitian lain yang dilakukan oleh (Putri & Endarwati,2024) mengungkapkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency* pada mahasiswa di Yogyakarta. Efikasi keuangan juga tidak memiliki pengaruh signifikan, sementara return investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency*. Sejalan dengan penelitian oleh (Zainuddin, 2021) menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, sedangkan faktor lain seperti efikasi keuangan dan sosialisasi pasar modal memiliki pengaruh positif yang signifikan

Faktor lain yang mempengaruhi minat investasi adalah motivasi investasi. Jilin, A. (2024) menyatakan bahwa motivasi investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, serta Subiyakto et al (2022) juga menyatakan bahwa motivasi investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Namun, penelitian yang dilakukan oleh Hafiz, F., & Harianti, A. (2024). Menyatakan bahwa variabel motivasi investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mata uang kripto. Sejalan dengan penelitian Alfarauq & Yusup (2020) yang mengungkapkan bahwa motivasi investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi milenial

**Tabel 1. 1** Research Gap

| <b>Research Gap</b>   | <b>Peneliti</b>  | <b>Perbedaan Hasil Penelitian</b>  |
|---|--|--|
| Pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi cryptocurrency  | (Kusuma Dewi, Herawati, & Wati, 2022) & (Tedianta & Purwaningrum 2024) | Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi <i>cryptocurrency</i>        |
|   | (Putri & Endarwati, 2024) & (Zainuddin, Z. 2021).                      | Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi <i>cryptocurrency</i>  |
| Pengaruh motivasi investasi terhadap minat investasi cryptocurrency | (Jilin, A. 2024). dan (Subiyakto et al. 2022)                          | Motivasi investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi <i>cryptocurrency</i>       |
|   | (Hafiz, F., & Harianti, A. 2024). & Alfarauq & Yusup, (2020)           | Motivasi investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi <i>cryptocurrency</i> |

*Sumber: hasil riset dari penelitian sebelumnya*

Berdasarkan research gap dari penelitian yang ada, masih terdapat kekurangan dalam pengembangan empiris terkait literasi dan motivasi investasi terhadap minat investasi *cryptocurrency*. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengisi gap tersebut melalui penerapan variabel moderasi berupa social

media influencer, yang berperan dalam membentuk persepsi dan minat investasi generasi milenial.

Dalam penelitian ini, social media influencer dipilih sebagai variabel moderasi untuk mengeksplorasi bagaimana pengaruh literasi keuangan dan motivasi keuangan terhadap minat investasi *cryptocurrency* dapat bervariasi. Hal ini didasarkan pada *Teori Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menjelaskan bahwa niat individu untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam konteks ini, influencer dapat berperan dalam membentuk sikap dan norma subjektif individu terkait investasi. Influencer dapat mempengaruhi minat investasi dengan memberikan informasi yang positif dan menarik, sehingga individu yang kurang terlibat dalam literasi keuangan mungkin lebih cenderung untuk mengikuti rekomendasi influencer. Penelitian oleh Khan et al. (2020) menunjukkan bahwa generasi muda cenderung mengikuti rekomendasi dari influencer, yang dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk berinvestasi dalam *cryptocurrency*.

Selain itu, penelitian oleh Mayuni (2022) mengungkapkan bahwa social media influencer memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulia Dwi Rahmawati (2020), yang menemukan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara social media influencer dan minat investasi. Penelitian lain oleh Pratiwi (2020) juga menemukan bahwa social media influencer berperan penting dalam membentuk minat investasi di kalangan mahasiswa, menunjukkan bahwa pengaruh ini dapat diperluas ke konteks *cryptocurrency*.

Dengan mengintegrasikan social media influencer sebagai variabel moderasi, penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam kondisi di mana literasi dan motivasi investasi dapat lebih efektif dalam mendorong minat investasi. Misalnya, individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi lebih responsif terhadap saran dari influencer, yang dapat memperkuat keinginan mereka untuk berinvestasi. Sebaliknya, tanpa pengaruh yang tepat dari influencer, motivasi investasi mungkin tidak cukup untuk mendorong minat investasi, terutama di kalangan milenial yang terpapar berbagai informasi dari media sosial.

Temuan ini mendukung ide bahwa interaksi antara literasi keuangan, motivasi investasi, dan pengaruh media sosial perlu dieksplorasi lebih lanjut. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori perilaku investasi, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi pemasar dan pendidik keuangan untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam menarik minat investasi di kalangan generasi milenial.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi *Cryptocurrency* dengan Social Media Influencer sebagai Variabel Moderasi Pada Generasi Milenial di Jakarta.”

## **B. Rumusan Masalah**

Latar belakang dan data yang telah dijelaskan sebelumnya menunjukkan bahwa transaksi aset kripto di Indonesia mengalami tren penurunan yang signifikan. Penurunan ini dapat mencerminkan perubahan minat investasi *cryptocurrency* di kalangan generasi milenial di Jakarta. Dengan mengintegrasikan social media influencer sebagai variabel moderasi, influencer dapat berperan dalam membentuk sikap dan norma subjektif individu terkait investasi. Dari masalah penelitian tersebut, disusunlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi *Cryptocurrency* pada Generasi Milenial di Jakarta?
2. Apakah Motivasi Investasi berpengaruh terhadap Minat Investasi *Cryptocurrency* pada Generasi Milenial di Jakarta?
3. Apakah Social Media Influencer berpengaruh terhadap Minat Investasi *Cryptocurrency* pada Generasi Milenial di Jakarta?
4. Apakah Social Media Influencer mampu memoderasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap minat investasi generasi milenial di Jakarta?
5. Apakah Social Media Influencer mampu memoderasi pengaruh Motivasi Investasi terhadap minat investasi generasi milenial di Jakarta?

## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

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

- a. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi *cryptocurrency* pada generasi milenial di Jakarta.
- b. Untuk menganalisis pengaruh motivasi investasi terhadap minat investasi *cryptocurrency* pada generasi milenial di Jakarta
- c. Untuk menganalisis pengaruh social media influencer terhadap minat investasi *cryptocurrency* pada generasi milenial di Jakarta
- d. Untuk menganalisis social media influencer dalam memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi generasi milenial di Jakarta.
- e. Untuk menganalisis social media influencer dalam memoderasi pengaruh motivasi Investasi terhadap minat investasi generasi milenial di Jakarta.

### 2. Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

#### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya literatur ilmiah terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat investor terhadap *cryptocurrency*, khususnya dampak literasi keuangan, social media influencer, dan motivasi keuangan terhadap keputusan investasi.

#### b. Manfaat Praktis

Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti di bidang manajemen keuangan, serta memberikan wawasan bagi investor dalam memahami faktor yang memengaruhi keputusan mereka dalam investasi *cryptocurrency*.

#### c. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini membantu peneliti mengembangkan kemampuan dalam perancangan studi, pengumpulan dan analisis data, serta penyusunan laporan penelitian.