

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era digital telah membawa perubahan besar yang berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan, terutama dalam meningkatkan efektivitas dan pertumbuhan pada sektor ekonomi. Dengan adanya kemudahan dalam mengakses informasi melalui media sosial telah mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat, termasuk dalam hal pengambilan keputusan finansial. Informasi yang tersebar luas dan dapat diakses secara mudah sehingga mendorong individu untuk lebih cepat dan responsif dalam menentukan langkah ekonomi mereka (Khakzadian, 2025).

Di era globalisasi yang terus berkembang dan kondisi ekonomi yang tidak menentu, masyarakat perlu memiliki kemampuan mengelola keuangan secara bijak agar tetap mampu menjaga kestabilan finansial (Nuringtyas, 2023). Salah satu langkah strategis untuk mencapai kemandirian finansial serta melindungi nilai kekayaan dari tekanan inflasi adalah dengan berinvestasi. Kesadaran masyarakat untuk mulai berinvestasi terus mengalami peningkatan, seiring meningkatnya literasi dan inklusi keuangan di kalangan generasi muda (Phuong Do, 2024). Perkembangan teknologi digital juga memberikan dampak besar dengan menghadirkan berbagai kemudahan dalam kegiatan investasi yang kini dapat dilakukan secara fleksibel tanpa batasan ruang dan waktu (Humaidi *et al.*, 2020)

Munculnya layanan *financial technology (fintech)* turut mempercepat transformasi ini melalui berbagai aplikasi yang menawarkan kemudahan investasi mulai dari proses pendaftaran, transaksi, hingga pemantauan aset yang dapat dilakukan secara *real time* (Fata Habibullah *et al.*, 2024). Kemajuan teknologi

membuka peluang bagi masyarakat untuk berinvestasi lebih mudah melalui berbagai *platform* digital seperti *e-wallet*, aplikasi sekuritas, *P2P* lending, reksa dana, dan investasi emas online. (Sunandes & Meifilina, 2024). Pemanfaatan teknologi membuat proses investasi menjadi lebih praktis tanpa harus melalui prosedur administratif yang rumit. Hanya dengan ponsel dan koneksi internet, masyarakat dapat membeli aset, memantau harga, serta mengelola portofolio sendiri. Perkembangan ini juga mendorong minat generasi muda yang akrab dengan dunia digital untuk aktif berinvestasi.

Salah satu bentuk investasi digital yang cukup berkembang saat ini adalah *cryptocurrency*, yang menawarkan peluang keuntungan tinggi melalui perdagangan aset seperti *bitcoin*, *ethereum*, dan berbagai *altcoin* (Sihombing *et al.*, 2021). Instrumen ini diperdagangkan melalui *platform* seperti binance, indodax, dan tokocrypto yang memfasilitasi transaksi secara cepat, transparan, dan aman. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi keuangan melalui *fintech* tidak hanya memudahkan akses ke instrumen investasi konvensional, tetapi juga untuk berinvestasi dengan teknologi berbasis *blockchain* yang merevolusi sistem keuangan global.

Cryptocurrency sendiri merupakan aset digital yang menggunakan teknologi *blockchain* yang dimanfaatkan sebagai bentuk mata uang digital untuk menjamin keamanan, transparansi, serta desentralisasi dalam setiap transaksi (Pernice & Scott, 2021). Mata uang digital memiliki fungsi yang hampir sama dengan uang konvensional pada umumnya, namun tidak memiliki bentuk fisik seperti uang tunai (Rachmansyah, 2025). *Cryptocurrency* awalnya dikembangkan

sebagai sarana transaksi digital yang terdesentralisasi. Namun, di Indonesia penggunaan aset *cryptocurrency* tidak diakui sebagai alat pembayaran yang sah (Sajidin, 2021). Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2011 tentang Mata Uang, yang menetapkan bahwa Rupiah merupakan satu-satunya alat pembayaran yang sah di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dengan demikian, *cryptocurrency* di Indonesia diposisikan bukan sebagai alat pembayaran, melainkan sebagai komoditas digital yang digunakan untuk tujuan investasi. Ketentuan tersebut sejalan dengan kebijakan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti), yang menetapkan bahwa *cryptocurrency* diklasifikasikan sebagai aset *cryptocurrency* yang dapat diperdagangkan di pasar berjangka komoditi.

Cryptocurrency memiliki karakteristik yang menyerupai emas, seperti jumlah yang terbatas dan diperoleh melalui proses *mining*, sehingga dianggap mampu menjaga nilai mata uang terhadap inflasi (Arshad *et al.*, 2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa *cryptocurrency* bukan hanya sebagai perkembangan teknologi digital, tetapi juga dapat digunakan sebagai instrumen investasi yang memiliki nilai ekonomi dan potensi keuntungan yang tinggi (Nakamoto, 2008). Selain itu, sistem kerja *blockchain* yang bersifat terdesentralisasi, anonim, dan memiliki tingkat keamanan yang tinggi turut melahirkan paradigma baru dalam sistem keuangan modern karena memungkinkan terjadinya transaksi secara langsung (*peer to peer*) tanpa perantara lembaga keuangan tradisional (Hardiyano Nugroho, 2023).

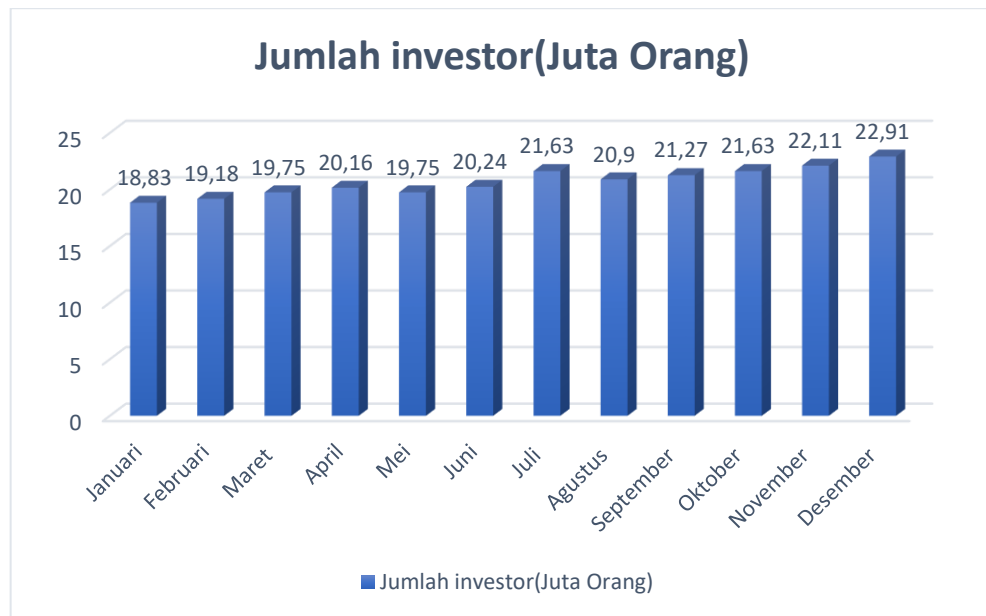
Namun di sisi lain, perkembangan *cryptocurrency* juga menimbulkan berbagai tantangan, terutama dari aspek legalitas dan keamanan, seperti kasus

tindak pencucian uang, kegagalan dalam proses *Initial Coin Offering (ICO)*, serta peretasan terhadap *crypto exchange* yang mengakibatkan kerugian bagi pengguna (Yermack, 2017). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *cryptocurrency* merupakan mata uang digital yang bersifat terdesentralisasi dan beroperasi secara daring melalui sistem *peer to peer*, yang di satu sisi menawarkan peluang investasi yang menjanjikan, namun di sisi lain juga memiliki risiko tinggi apabila tidak disertai dengan regulasi, pengawasan yang memadai serta literasi yang baik.

Adapun jenis-jenis utama *cryptocurrency* antara lain Bitcoin sebagai pionir mata uang digital, *Ethereum* dengan fitur *smart contract*, dan berbagai *altcoin* lain seperti *Solana*, *Cardano*, serta *Ripple* yang menawarkan fungsi spesifik (Ratnawati *et al.*, 2024). *cryptocurrency* memiliki keunggulan berupa potensi keuntungan yang tinggi dan akses pasar global selama 24 jam, sehingga menarik minat investor muda karena dapat diakses dengan mudah melalui aplikasi ponsel. Meskipun demikian, tingginya volatilitas harga membuat investasi ini berisiko, sehingga diperlukan pemahaman serta kemampuan dalam mengelola risiko secara bijak (Budi Suryawan, 2023).

Meskipun risiko investasi *cryptocurrency* tergolong tinggi, minat masyarakat terhadap aset ini terus meningkat. Data dari Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) mencatat pertumbuhan signifikan jumlah investor *cryptocurrency* di Indonesia, didorong oleh meningkatnya literasi digital serta kemudahan akses investasi melalui berbagai *platform* teknologi. Minat tersebut tidak hanya berasal dari investor berpengalaman, tetapi juga dari generasi muda, khususnya Generasi Z yang memiliki tingkat keterbiasaan tinggi terhadap

teknologi dan internet dalam kehidupan sehari-hari (Yusmini *et al.*, 2023). Tren peningkatan minat ini juga tercermin dalam data statistik jumlah pelanggan aset *cryptocurrency* di Indonesia yang tercatat oleh Bappebti pada tahun 2024.



Gambar 1.1 Jumlah Investor *Cryptocurrency* Tahun 2024

Sumber: Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti)

Berdasarkan data grafik, minat masyarakat terhadap aset *cryptocurrency* meningkat setiap bulan sepanjang tahun 2024. Jenis aset kripto yang paling banyak ditransaksikan berdasarkan nilai perdagangan fisik adalah Tether (USDT), Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH), Solana (SOL), dan Render Token (RNDR). Perkembangan teknologi digital dan sistem *blockchain* semakin menarik minat generasi muda untuk berinvestasi di aset digital, yang kini tidak hanya dipandang sebagai inovasi teknologi tetapi juga sebagai pilihan investasi menarik. Kepala Bappebti menyatakan bahwa kemajuan teknologi dan *blockchain* mendorong minat generasi muda terhadap investasi *cryptocurrency* sebagai instrumen investasi

potensial (Bappeti, 2024). Selain itu, data Bappebti menunjukkan bahwa 26,9% investor kripto di Indonesia berusia 18–24 tahun, dan 35,1% berusia 25–30 tahun, persentase tertinggi dibandingkan kelompok usia lainnya, yang mencerminkan meningkatnya kesadaran generasi muda terhadap pengelolaan keuangan dan investasi (Indah, 2024).

Generasi muda yang paling mendominasi dalam investasi *cryptocurrency* adalah Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, generasi ini dikenal memiliki karakteristik yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta aktif memanfaatkan berbagai layanan digital, mulai dari media sosial hingga *platform* investasi berbasis aplikasi (Arum *et al*, 2023). Generasi ini dikenal dengan *digital native* yang tumbuh dan hidup berdampingan dengan teknologi, sehingga mereka memiliki karakteristik yang unik dalam cara berinteraksi, mencari informasi dan membuat keputusan (Dimock, 2019). Mereka terbiasa mengakses informasi secara cepat dan aktif di berbagai *platform* digital, termasuk dalam hal investasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Wiwaha (2025) menunjukkan bahwa Generasi Z telah menjadikan *fintech* dan transaksi digital sebagai bagian dari kebiasaan sehari-hari, yang mencerminkan tingginya kenyamanan dan kecepatan mereka dalam menggunakan teknologi keuangan. Sementara itu, hasil studi yang dilakukan oleh Prawitasari *et al.*, (2025) menemukan bahwa gaya hidup digital dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan Gen Z, sementara fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* mendorong pengambilan keputusan yang cenderung impulsif.

Penelitian oleh Anggiani *et al.*, (2025) menegaskan bahwa pengaruh digital, khususnya media sosial dan *influencer*, berperan besar dalam keputusan investasi Gen Z, karena tren dan rekomendasi daring sering dijadikan acuan. Hal ini menggambarkan karakter Gen Z yang cenderung responsif terhadap informasi online dan memiliki dorongan kuat untuk memperoleh validasi sosial sebelum membuat keputusan. Lebih lanjut, Rahman & Gan, (2020) menunjukkan bahwa bias perilaku seperti *herding* dan *fear of missing out (FoMO)* mendominasi dalam proses pengambilan keputusan investasi oleh Gen Z. Kondisi ini mengindikasikan bahwa generasi tersebut masih sering dipengaruhi oleh dorongan emosional dan tren populer dibandingkan analisis rasional. Dengan demikian, meskipun Generasi Z memiliki akses digital yang tinggi, pemahaman mereka terhadap risiko dan mekanisme investasi kripto masih perlu diperkuat melalui peningkatan literasi keuangan, agar keputusan investasi didasarkan pada pertimbangan rasional dan informasi yang akurat, bukan semata pada tren atau pengaruh sosial digital.

Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki dorongan kuat untuk memanfaatkan peluang investasi, namun juga cenderung berani mengambil risiko dan dipengaruhi oleh tren media sosial (I. Anggiani *et al.*, 2021). Perilaku impulsif ini bukan karena kurangnya rasionalitas, melainkan dipicu oleh dorongan emosional dari media digital, terutama konten *influencer* yang menampilkan keberhasilan investasi (Dewi, 2024). Dengan demikian, faktor psikologis dan sosial seperti FoMO dan pengaruh *fin influencer*, berperan besar dalam membentuk keputusan investasi Gen Z.

Kerentanan psikologis ini tercermin dalam fenomena fear of missing out (FoMO), yaitu perasaan cemas atau takut tertinggal ketika individu melihat orang lain memperoleh peluang atau pengalaman tertentu yang belum sempat ia ikuti (Russo netzer, 2024). Dalam konteks investasi, FoMO muncul sebagai dorongan emosional untuk segera terlibat dalam aktivitas investasi karena adanya keyakinan bahwa pihak lain sedang meraih keuntungan besar. Menurut Przybylski *et al.*, (2013) FoMO merupakan bentuk ketidaknyamanan psikologis yang timbul ketika individu merasa tertinggal dari lingkungan sosialnya, sehingga timbul keinginan kuat untuk menyesuaikan diri agar tidak kehilangan peluang dan ketinggalan tren sosial.

Secara psikologis, FoMO mendorong perilaku impulsif karena individu terdorong untuk segera bertindak tanpa analisis risiko yang memadai. Dalam kondisi ini, perhatian lebih terfokus pada potensi keuntungan dibandingkan kemungkinan kerugian, sehingga menimbulkan bias dalam pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh emosi dan tekanan sosial (W. Putri, 2024). Akibatnya, investor yang mengalami FoMO cenderung mengambil keputusan jangka pendek, seperti membeli aset saat harga sedang meningkat karena takut kehilangan peluang, tanpa mempertimbangkan faktor fundamental dan stabilitas pasar. Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi menghasilkan keputusan investasi yang kurang bijak dan meningkatkan risiko kerugian finansial (A. Azizah, 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Hasan *et al.*, 2024a) menunjukkan bahwa FoMO berpengaruh positif terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*, khususnya pada Generasi Z yang aktif di *platform* digital. Investor muda cenderung

mengikuti pihak lain yang tampak sukses tanpa melakukan analisis risiko secara mendalam, sehingga keputusan investasi sering diambil secara tergesa-gesa karena tren yang ramai di media sosial. Akibatnya, keputusan yang seharusnya bersifat rasional berubah menjadi emosional dan dipengaruhi oleh tekanan sosial digital, menjadikan FoMO sebagai pendorong kuat perilaku investasi spekulatif. Namun, individu dengan literasi keuangan kripto yang baik cenderung mampu mengendalikan dorongan tersebut, menilai informasi secara lebih kritis, dan mengambil keputusan investasi yang lebih rasional dan terencana.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Khana *et al.*, (2025) FoMO dan pengaruh *influencer* berperan signifikan dalam mendorong generasi muda berinvestasi pada aset *cryptocurrency*. Keputusan investasi tidak sepenuhnya didasarkan pada literasi keuangan yang memadai, melainkan lebih banyak dipengaruhi oleh paparan media sosial dan keberhasilan orang lain yang dijadikan acuan. Hal ini menunjukkan kuatnya tekanan sosial dan persepsi terhadap tren dalam membentuk perilaku keuangan generasi muda, terutama dalam konteks digital yang dinamis dan kompetitif. Akibatnya, FoMO dan *influencer* menjadi faktor penting yang memicu keputusan investasi yang cenderung impulsif, sehingga efisiensi pengambilan keputusan investasi digital belum sepenuhnya optimal karena masih dipengaruhi oleh emosi dan tren di media sosial.

Sinaga & Usman (2025) menyatakan bahwa tingginya intensitas penggunaan media sosial dapat memperkuat FoMO, terutama ketika individu sering terpapar unggahan tentang keuntungan besar dari investasi *cryptocurrency*. Semakin sering seseorang mengakses media sosial, semakin besar

kecenderungannya mengambil keputusan investasi tanpa analisis yang memadai, karena konten viral tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga membentuk emosi kolektif berupa ketakutan tertinggal peluang. Akibatnya, banyak investor muda terdorong membeli aset kripto saat harga sedang tinggi akibat euforia yang dibangun di ruang digital.

Menurut Tediaanta & Purwaningrum (2024) kondisi ini mencerminkan bias psikologis akibat ketidakseimbangan antara logika dan emosi dalam pengambilan keputusan investasi. Namun, FoMO tidak selalu berdampak negatif, karena bagi sebagian investor muda, rasa takut tertinggal justru dapat menjadi pemicu untuk mempelajari investasi digital dan meningkatkan literasi keuangan. Dengan demikian, FoMO memiliki dua sisi, yaitu sebagai pendorong pembelajaran finansial jika dikelola dengan baik, tetapi juga berpotensi memicu keputusan spekulatif apabila emosi lebih dominan daripada pertimbangan rasional. Dalam konteks ini, media sosial berperan penting dalam memperkuat atau mengendalikan efek tersebut, karena menjadi ruang utama penyebaran informasi, tren, dan narasi kesuksesan finansial yang memengaruhi cara generasi muda memandang investasi (Hasny & Renadia, 2021).

Perkembangan investasi digital dipengaruhi tidak hanya oleh literasi keuangan dan FoMO, tetapi juga oleh dinamika sosial di ruang digital. Media sosial telah berkembang dari sekadar sarana komunikasi menjadi ruang ekonomi tempat individu berbagi informasi, pengalaman, dan rekomendasi investasi (Ghozi, 2022). Kondisi ini mendorong meningkatnya kesadaran dan minat masyarakat terhadap aktivitas investasi, sekaligus membuat individu lebih rentan terpengaruh oleh tren

dan opini yang berkembang. Akibatnya, keputusan keuangan tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan sering dipengaruhi oleh dorongan emosional dan tekanan sosial dari lingkungan digital (Firli *et al.*, 2021)

Menurut Kaplan & Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial merupakan bentuk komunikasi interaktif yang memungkinkan pengguna saling membuat dan bertukar konten secara *real time*, sehingga mampu membentuk pola pikir dan perilaku ekonomi. *Platform* seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi ruang bagi individu dan komunitas untuk berbagi pengalaman, strategi, dan peluang investasi (G. McGinnis *et al.*, 2020). Keterbukaan informasi ini memudahkan generasi muda memperoleh wawasan finansial, namun juga meningkatkan risiko munculnya bias persepsi dan pengaruh emosional akibat informasi yang tidak selalu akurat.

Karakteristik utama media sosial terletak pada luasnya jangkauan dan kecepatan penyebaran informasi melalui berbagai bentuk konten seperti unggahan, video pendek, dan siaran langsung, sehingga informasi dapat menyebar secara luas dalam waktu singkat (Khotimah Siti, 2024). Dalam konteks investasi, hal ini menimbulkan dua dampak utama bagi generasi muda. Di satu sisi, media sosial meningkatkan akses terhadap edukasi keuangan melalui konten seperti panduan investasi, ulasan produk, dan tips literasi finansial yang mudah diakses oleh Generasi Z (Aulia & Daulay, 2024). Kemudahan ini mendorong minat terhadap investasi digital karena informasi dianggap praktis dan relevan. Di sisi lain, algoritma media sosial cenderung menampilkan konten yang sensasional, seperti kisah keuntungan besar dalam waktu singkat, sehingga membentuk persepsi yang

kurang seimbang karena risiko investasi sering tidak ditampilkan secara proporsional (Halizah & Putri, 2023). Akibatnya, sebagian individu menganggap peluang keuntungan cepat sebagai sesuatu yang mudah dicapai.

Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga membentuk persepsi dan sikap terhadap investasi. Dampaknya sangat bergantung pada kualitas konten yang diterima, sehingga penting membedakan antara kemudahan akses informasi dan kualitas informasi dalam memengaruhi keputusan investasi Generasi Z, baik secara rasional maupun reaktif (Ayuningtyas, 2020).

Fin influencer (financial influencer) adalah individu atau kelompok yang memiliki pengetahuan atau otoritas di bidang keuangan dan aktif menyebarkan konten terkait keuangan serta investasi melalui media sosial (Sari & Dwilita, 2024). Konten yang dibagikan mencakup edukasi dasar, analisis pasar, hingga rekomendasi aset, sehingga mereka tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi acuan dalam pengambilan keputusan investasi (Hayes *et al.*, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu *et al.*, (2024) menemukan bahwa *fin influencer* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial dan Gen Z di Indonesia, terutama karena kredibilitas personal, gaya komunikasi yang persuasif, dan kemampuan mereka menyederhanakan konsep keuangan yang kompleks.

Didukung penelitian oleh Haase (2023) menemukan bahwa *finfluencer* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi, di mana rekomendasi, opini, dan gaya komunikasi mereka dapat mengarahkan pembelian aset, termasuk

cryptocurrency, khususnya pada investor muda. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menggeser otoritas informasi dari lembaga keuangan formal ke figur publik yang dianggap lebih kredibel dan dekat secara sosial. Namun, pengaruh positif tersebut tidak selalu berarti menguntungkan, karena keputusan sering lebih didasarkan pada kepercayaan terhadap figur dibandingkan analisis rasional terhadap risiko dan fundamental aset.

Kepercayaan (*trust*) dan kedekatan emosional antara *influencer* dan pengikutnya menjadi faktor utama yang memperkuat pengaruh mereka terhadap keputusan finansial (Umakanth *et al.*, 2024). Ketika audiens merasa terhubung secara emosional, mereka cenderung meniru perilaku investasi *influencer* meskipun tanpa pemahaman risiko yang memadai. Hal ini diperkuat oleh Putri dan Mahardika (2023) juga menunjukkan bahwa popularitas dan kredibilitas *influencer* meningkatkan minat investasi pengguna media sosial, termasuk pada aset berisiko tinggi seperti *cryptocurrency*. Namun, karena tidak semua konten bersifat edukatif dan sering menampilkan keberhasilan serta gaya hidup mewah, hal ini dapat membentuk persepsi yang keliru dan mendorong perilaku investasi yang impulsif.

Fin influencer memengaruhi perilaku investasi generasi muda melalui dua sisi. Di satu sisi, mereka berperan positif dalam meningkatkan literasi keuangan dengan menyajikan informasi, tips, dan strategi investasi secara sederhana dan mudah dipahami, sehingga mendorong minat serta partisipasi Generasi Z dalam investasi digital (Rijanto, 2024). Penyajian yang komunikatif dan relevan dengan gaya hidup generasi muda membuat konten *influencer* efektif sebagai sarana edukasi awal. Namun, di sisi lain, pengaruh *influencer* juga berpotensi

menimbulkan dampak negatif karena informasi yang dibagikan sering bersifat subjektif, bias, atau mengandung promosi terselubung tanpa penjelasan risiko yang memadai. Menurut Amonisa (2023) bahwa banyak investor muda menjadikan *influencer* sebagai acuan utama tanpa melakukan verifikasi, sehingga memicu perilaku herding, terutama ketika narasi keuntungan besar atau tren tertentu sedang viral. Dalam kondisi ini, *influencer* tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga membentuk persepsi kolektif yang dapat mendorong keputusan impulsif.

Kedua sisi pengaruh tersebut menunjukkan bahwa *influencer* berperan sebagai faktor sosial yang dapat membentuk perilaku investasi, baik ke arah yang produktif maupun spekulatif. Besar kecilnya dampak ini sangat bergantung pada tingkat pemahaman individu terhadap aset yang mereka investasikan. Investor dengan literasi kripto yang memadai cenderung mampu memilah dan mengevaluasi informasi yang disampaikan *influencer*, misalnya dengan menilai kelayakan koin *cryptocurrency*, memahami risiko volatilitas harga, serta mempertimbangkan kredibilitas sumber sebelum mengambil keputusan. Sebaliknya, investor dengan tingkat literasi yang rendah sering kali hanya berfokus pada potensi keuntungan tanpa memahami mekanisme teknis seperti *staking*, *tokenomics*, atau risiko penipuan di balik promosi yang viral, sehingga mereka lebih mudah terjebak pada keputusan investasi impulsif yang dipicu oleh FoMO dan tekanan sosial digital.

Fenomena ini menunjukkan bahwa pengaruh *fin influencer* dan FoMO saling memperkuat dalam membentuk perilaku investasi generasi muda, khususnya pada aset berisiko tinggi seperti *cryptocurrency*. Konten yang menampilkan keberhasilan besar dalam waktu singkat menciptakan ilusi kemudahan memperoleh

keuntungan, yang menjadi semakin berisiko apabila tidak diimbangi dengan kemampuan analisis dan pemahaman fundamental. Dalam konteks ini, literasi kripto berperan sebagai mekanisme pengendali yang membantu investor menilai informasi secara lebih objektif dan mengurangi bias akibat tekanan emosional dan tren sosial.

Penelitian Bartosiak *et al.*, (2025) menemukan bahwa konten media sosial dan unggahan *influencer* yang menonjolkan keberhasilan investasi merupakan pemicu utama munculnya FoMO pada Generasi Z, karena membentuk persepsi bahwa peluang tersebut dapat dengan mudah direplikasi. Akibatnya, banyak individu terdorong berinvestasi tanpa analisis risiko yang memadai. Temuan ini sejalan dengan. Hasil ini sejalan dengan temuan Li *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa FoMO dan *anticipated regret* menjadi pendorong utama perilaku spekulatif di pasar *cryptocurrency*, di mana kekhawatiran tertinggal dari tren atau menyesal karena tidak ikut mendorong individu mengambil keputusan investasi secara impulsif.

Keterkaitan antara FoMO dan pengaruh *influencer* membentuk pola perilaku investasi tertentu, di mana narasi tentang potensi keuntungan besar yang disampaikan *influencer* menarik perhatian audiens dan menciptakan tekanan sosial untuk segera ikut berinvestasi. Akibatnya, banyak individu mengambil keputusan secara terburu-buru tanpa perencanaan dan pemahaman analisis yang memadai (Fonseca, 2025). Dalam pasar *cryptocurrency* yang sangat fluktuatif, kombinasi dorongan emosional dan tekanan sosial ini mendorong perilaku spekulatif serta memperkuat volatilitas pasar (Rolando *et al.*, 2024).

Dapat disimpulkan fenomena tersebut menunjukkan bahwa pengaruh sosial di media digital tidak hanya memengaruhi persepsi risiko, tetapi juga cara individu memproses dan menilai informasi investasi. Dalam konteks ini, literasi keuangan kripto berperan penting dalam menentukan kemampuan seseorang mengendalikan dorongan impulsif akibat FoMO dan pengaruh *fin influencer*. Individu yang memahami karakteristik aset kripto, volatilitas harga, dan risiko keamanan digital cenderung membuat keputusan berdasarkan analisis rasional, bukan sekadar mengikuti tren. Dengan demikian, keterkaitan antara FoMO dan *fin influencer* semakin jelas ketika dilihat melalui tingkat literasi keuangan kripto yang dimiliki investor.

Keputusan investasi pada dasarnya merupakan proses rasional yang melibatkan analisis terhadap instrumen, waktu, dan alokasi dana guna memperoleh keuntungan optimal pada tingkat risiko tertentu. Menurut Taufiq *et al.*, (2023) menyatakan bahwa keputusan investasi idealnya didasarkan pada analisis pasar dan preferensi risiko individu. Namun, dalam praktiknya, khususnya di pasar *cryptocurrency* yang sangat fluktuatif dan spekulatif, banyak investor tidak sepenuhnya bertindak berdasarkan pertimbangan analitis.

Selain itu, Lee *et al.*, (2025) mengungkapkan bahwa tingginya volatilitas harga dan kecepatan arus informasi di pasar *cryptocurrency* menimbulkan tekanan psikologis yang signifikan terhadap investor ritel. Dalam situasi seperti ini, banyak investor lebih mengandalkan pola pikir cepat (*heuristic thinking*) yaitu pengambilan keputusan berdasarkan intuisi atau pengaruh sosial, dibandingkan dengan analisis rasional yang mendalam (Mulyasari & Risman, 2025). Pemahaman terhadap

investasi *cryptocurrency* tidak hanya bergantung pada minat terhadap aset digital, tetapi juga pada tingkat literasi keuangan mengenai pemahaman kripto yang dimiliki oleh individu.

Literasi keuangan kripto mencakup kemampuan seseorang untuk memahami cara kerja aset digital, risiko volatilitas harga, keamanan penyimpanan aset, serta regulasi yang mengatur transaksi kripto. Menurut Balutel *et al.*, (2023), individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengenali risiko keuangan, menilai prospek aset digital secara objektif, dan mengambil keputusan investasi secara rasional. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan kripto yang memadai dapat membantu investor untuk tidak mudah terbawa arus tren media sosial maupun promosi dari *influencer* yang sering kali menonjolkan keuntungan tinggi tanpa memperhitungkan risiko yang menyertainya.

Meskipun demikian, hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi dalam aset kripto memiliki tingkat kompleksitas yang cukup tinggi. Hern *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap literasi keuangan sering tidak sejalan dengan kemampuan aktual, sehingga banyak investor yang merasa paham kripto masih rentan terhadap bias perilaku seperti *overconfidence*, *herding*, dan FoMO. Panos & Karkkainen, (2020) juga menemukan bahwa individu dengan literasi keuangan rendah lebih mudah terdorong berinvestasi kripto karena spekulasi dan ketakutan tertinggal tren. Sebaliknya, penelitian oleh (Paulick, 2025) menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan digital dan kripto yang lebih baik cenderung lebih berhati-hati, memilih sumber informasi yang kredibel, serta

mempertimbangkan panduan profesional sebelum berinvestasi. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan kripto berperan penting dalam membedakan cara individu merespons pengaruh sosial dan tekanan emosional di pasar aset digital.

Berdasarkan uraian tersebut, literasi keuangan kripto dapat berperan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi hubungan antara FoMO dan pengaruh *influencer* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. Investor dengan literasi kripto yang baik lebih mampu menyaring informasi, menilai kredibilitas *influencer*, serta mengidentifikasi risiko aset digital, sehingga dorongan emosional akibat FoMO dapat ditekan melalui analisis yang lebih rasional. Sebaliknya, investor dengan literasi rendah cenderung lebih mudah terpengaruh oleh narasi keuntungan instan di media sosial. Temuan El Hajj & Farran, (2024) juga menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan memberdayakan individu untuk memanfaatkan kripto secara lebih produktif, termasuk untuk diversifikasi dan perlindungan nilai aset. Dengan demikian, literasi kripto tidak hanya meningkatkan pemahaman, tetapi juga membantu investor mengendalikan emosi dan mengambil keputusan investasi yang lebih rasional.

Literasi keuangan kripto tidak hanya mencerminkan pemahaman terhadap aset digital, tetapi juga berfungsi sebagai pengendali pengaruh sosial dan emosional dalam pengambilan keputusan investasi. Investor dengan literasi tinggi cenderung menilai informasi *influencer* secara lebih analitis dengan mempertimbangkan risiko, volatilitas, dan keamanan aset, sehingga konten *influencer* dijadikan bahan evaluasi, bukan dasar utama keputusan. Sebaliknya, investor dengan literasi rendah

lebih mudah terpengaruh oleh opini *influencer* dan dorongan FoMO tanpa mempertimbangkan risiko, sehingga literasi kripto berperan penting dalam membentuk keputusan investasi yang lebih rasional.

Penelitian terdahulu telah mengidentifikasi adanya pengaruh *fear of missing out (fomo)* dan *fin influencer* terhadap perilaku investasi individu. Namun, sebagian besar penelitian masih berasumsi bahwa semakin tinggi tingkat literasi, maka semakin rasional pula keputusan investasi yang diambil. Pandangan tersebut belum sepenuhnya mencerminkan kondisi sebenarnya, terutama pada pasar *cryptocurrency* yang sangat fluktuatif, belum memiliki regulasi yang kuat, serta dipengaruhi oleh dinamika informasi dan opini yang berkembang di media digital.

Menurut Hern *et al.*, (2024) persepsi individu terhadap literasi keuangannya sering kali tidak mencerminkan kemampuan aktual yang dimilikinya. Kondisi ini menyebabkan sebagian investor memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam mengambil keputusan investasi, meskipun pemahaman mereka terhadap risiko dan mekanisme pasar masih terbatas. Dalam konteks tersebut, literasi keuangan kripto berperan sebagai *cognitive filter* atau penyaring kognitif yang membantu investor dalam menyeleksi, menafsirkan, serta menilai validitas informasi yang tersebar di ruang digital sebelum membuat keputusan investasi.

Oleh karena itu dalam penelitian ini, literasi kripto tidak hanya dipahami sebagai pengetahuan tentang aset digital, tetapi juga sebagai kemampuan untuk berpikir rasional, mengendalikan diri, serta menilai risiko secara bijak ketika menghadapi pengaruh sosial dan emosional dari FoMO maupun *financial influencer*. Dengan demikian, literasi kripto berperan sebagai variabel moderasi

yang memengaruhi sejauh mana pengaruh sosial digital dapat mendorong seseorang mengambil keputusan investasi yang rasional atau justru spekulatif.

Penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan kripto berperan sebagai variabel moderasi penting dalam membentuk keputusan investasi Generasi Z. Literasi kripto membantu mengendalikan pengaruh emosional akibat FoMO dan dorongan *fin influencer* dengan membekali investor kemampuan menilai risiko dan mengevaluasi informasi secara rasional. Dengan literasi yang baik, investor lebih mampu menahan dorongan spekulatif dari tren media sosial dan promosi *influencer*, sehingga keputusan investasi menjadi lebih bijak dan terukur. Dengan demikian, literasi kripto berfungsi sebagai alat berpikir kritis sekaligus pengendalian dalam menghadapi dinamika dan ketidakpastian pasar aset kripto.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh *fear of missing out* dan *fin influencer* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z, dengan literasi kripto sebagai variabel moderasi. Penelitian ini relevan mengingat tingginya volatilitas pasar kripto serta kuatnya pengaruh media sosial, sehingga literasi kripto diharapkan mampu menekan pengaruh emosional dan sosial dalam pengambilan keputusan investasi di era digital.

Secara praktis, temuan ini dapat menjadi pedoman bagi lembaga keuangan, regulator seperti OJK dan Bappebti, serta *platform* investasi digital dalam merancang strategi literasi yang menekankan analisis kritis, pengelolaan emosi, dan pengambilan keputusan yang terinformasi. Dengan demikian, literasi kripto tidak sekadar pengetahuan teknis, melainkan faktor penting yang menentukan apakah

investor muda akan bereaksi impulsif atau mengambil keputusan secara rasional. Penelitian ini menegaskan urgensi penguatan literasi sebagai kunci untuk menciptakan perilaku investasi yang bijak dan berkelanjutan di era digital.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *FoMO* berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z?
2. Apakah *fin influencer* berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z?
3. Apakah literasi kripto berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z?
4. Apakah literasi kripto mampu memoderasi hubungan antara *FoMO* dengan keputusan investasi *cryptocurrency* Generasi Z?
5. Apakah literasi kripto mampu memoderasi hubungan *fin influencer* dengan keputusan investasi *cryptocurrency* Generasi Z?

C. Tujuan Masalah

1. Untuk menguji pengaruh *FoMO* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z
2. Untuk menguji pengaruh *fin influencer* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z
3. Untuk menguji pengaruh literasi kripto terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z

4. Untuk mengetahui peran literasi kripto sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *FoMO* dengan pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z
5. Untuk mengetahui peran literasi kripto sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *fin influencer* dengan pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk memperdalam pemahaman mengenai perilaku investasi di era digital dengan melihat pengaruh-pengaruh dari beberapa faktor, termasuk pengaruh *FoMO* dan *fin influencer* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. Melalui penelitian ini, penulis dapat memahami bagaimana literasi kripto berperan dalam memoderasi pengaruh tersebut, sekaligus memperoleh pengalaman empiris dalam menganalisis fenomena investasi digital yang berisiko tinggi. Selain itu, penelitian ini juga membantu penulis mengembangkan kemampuan berpikir kritis dalam menganalisis data pada investasi, dan pemahaman metodologis terhadap dinamika perilaku keuangan di pasar aset *cryptocurrency*.

2. Bagi Akademisi

Secara akademis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya literatur di bidang manajemen keuangan, perilaku investor, dan keuangan digital. Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi peneliti, maupun mahasiswa dalam memahami bagaimana faktor psikologis (*FoMO*), sosial

digital (*influencer*), dan kognitif (literasi kripto) saling berinteraksi dalam membentuk keputusan investasi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menambah referensi empiris, tetapi juga memperluas pemahaman teoretis mengenai dinamika perilaku investasi pada era keuangan digital yang semakin kompleks dan cepat berubah.

3. Bagi Generasi Z atau Investor Muda

Bagi generasi z atau investor muda, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dan kehati-hatian dalam memutuskan berinvestasi, khususnya pada instrumen berisiko tinggi seperti *cryptocurrency*. Penelitian ini menegaskan pentingnya pengendalian diri terhadap dorongan emosional akibat *FoMO* dan pengaruh sosial dari *financial influencer*. Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan pemahaman bahwa literasi kripto merupakan fondasi penting dalam membuat keputusan investasi yang rasional, terukur, dan berorientasi jangka panjang. Dengan demikian, generasi muda dapat lebih bijak dalam menilai peluang dan risiko, serta tidak mudah terjebak pada tren investasi yang bersifat spekulatif.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi landasan dan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya yang berfokus pada perilaku investasi digital. Peneliti selanjutnya dapat memperluas variabel penelitian dengan menambahkan aspek seperti *herding behavior*, persepsi risiko, *self-efficacy* finansial, atau *locus of control*. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat dilakukan dengan

cakupan responden yang lebih luas dengan menguji generasi lain, untuk membandingkan pola perilaku investasi antara generasi z dengan generasi lainnya dalam menghadapi pengaruh media sosial dan fluktuasi pasar kripto. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan awal bagi pengembangan kajian akademis di bidang keuangan.