

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Investasi telah berkembang seiring berjalannya waktu, terutama di ranah investasi digital (Putu Angelina Parassari Ningrum et al., 2023). Investasi sering kali dilakukan melalui emas, surat berharga, saham, dan aset lainnya. Investor menunjukkan minat yang tinggi terhadap investasi digital karena kemudahan penggunaannya. Salah satu bentuk investasi digital yang populer di masyarakat saat ini adalah *cryptocurrency*, yang juga dikenal sebagai mata uang kripto. Dengan kemajuan teknologi, investasi dalam mata uang virtual atau mata uang kripto telah muncul sebagai tren karena potensi *return* yang besar, tetapi dengan risiko yang besar. Mata uang kripto atau *cryptocurrency* menjadi salah satu instrumen investasi yang terogolong baru. Pada tahun 2009, Satoshi Nakamoto memperkenalkan *Bitcoin* sebagai bentuk pertama dari mata uang kripto yang bersifat terdesentralisasi, yang tidak bergantung pada otoritas pusat dalam pengelolaannya (Niaga, 2023).

Istilah *cryptocurrency* berasal dari perpaduan dua kata, yakni *cryptography* yang berarti sistem pengamanan berbasis kode rahasia, dan *currency* yang mengacu pada alat tukar dalam transaksi ekonomi (Putu Angelina Parassari Ningrum et al., 2023). Dengan demikian, mata uang kripto berperan sebagai sarana pertukaran digital yang memungkinkan transaksi dilakukan secara virtual, serta menawarkan keunggulan berupa bebas dari biaya layanan tambahan. Sebagian besar mata uang kripto bersifat terdesentralisasi,

berjalan di atas jaringan komputer yang menggunakan teknologi *peer-to-peer* dan kriptografi sumber terbuka. Artinya, sistem tersebut beroperasi secara independen tanpa campur tangan otoritas pusat seperti bank sentral maupun lembaga administratif lainnya (Rico, Nur Ilham; Irada, Sintia; Mangasi, 2022).



Gambar 1.1 Total Number of Global *Crypto* Owners (in Millions)

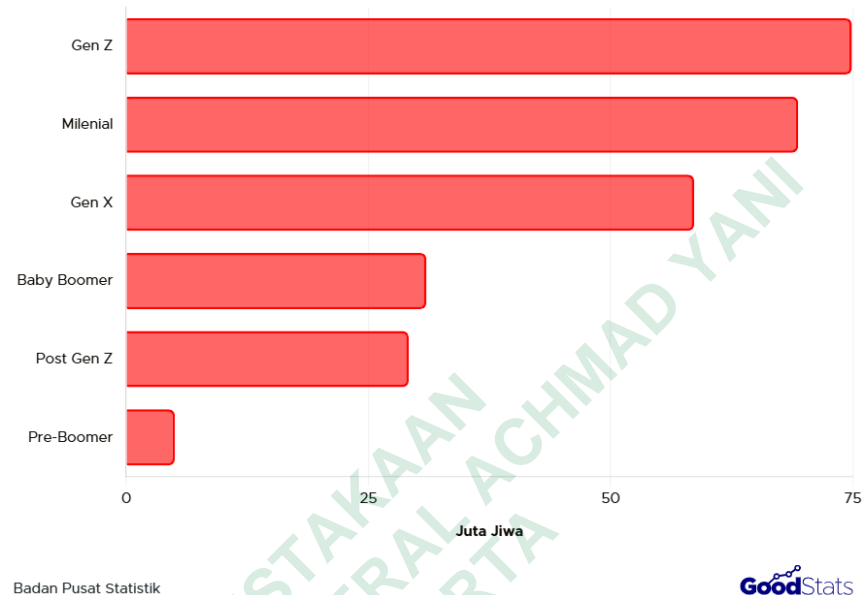
Sumber: *Crypto.com*Research

Pada tahun 2024, penggunaan mata uang kripto di seluruh dunia menunjukkan pertumbuhan signifikan, meningkat sebesar 13% dibandingkan tahun sebelumnya. Berdasarkan laporan tahunan dari *Crypto.com*, jumlah pemilik aset kripto bertambah dari 583 juta pada Januari 2024 menjadi 659 juta pada bulan Desember (Marcellnova, 2025). Sebuah laporan dari BlackRock mengindikasikan bahwa penggunaan mata uang kripto meningkat 43% lebih cepat dibandingkan dengan penggunaan ponsel dan 20% lebih cepat dibandingkan dengan penggunaan internet. Dalam kurun waktu 12 tahun, adopsi mata uang kripto telah mencapai 300 juta pengguna, sedangkan

teknologi seluler dan internet masing-masing memerlukan 21 dan 15 tahun untuk mencapai jumlah pengguna yang sama (Marcellnova, 2025). Perluasan ini dipengaruhi oleh dinamika demografis, khususnya meningkatnya minat generasi muda terhadap aset kripto seperti Bitcoin (BTC), yang menunjukkan perbedaan preferensi dibandingkan dengan Generasi X dan *Baby Boomers*. Indikator ini menandakan perubahan paradigma dalam penerimaan masyarakat terhadap teknologi keuangan baru.



2,07%, setara dengan penambahan 422.258 investor dari bulan sebelumnya yang berjumlah 19,75 juta orang (Wira, 2024).



Gambar 1.3 Perkembangan dan Pelanggan Aset Kripto

Sumber: Good Stast

Menurut data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Generasi Z yang terdiri atas individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 merupakan kelompok demografis terbesar di Indonesia, dengan total populasi mencapai sekitar 74,93 juta jiwa atau setara dengan 27,94 persen dari total penduduk nasional. Kelompok ini secara umum berada pada rentang usia muda hingga awal masa remaja (Rainer, 2023). Saat ini, Gen-z lebih cenderung terlibat dalam mata uang kripto karena kemajuan teknologi keuangan (*fintech*) dan peningkatan aksesibilitas platform investasi digital. Berdasarkan hasil survei yang dipublikasikan oleh IDN Media dalam laporan bertajuk *Indonesia Millennial and Gen Z Report (IMGR) 2024*, diketahui bahwa 38% responden

dari kelompok Milenial dan 41% dari kelompok Gen Z di Indonesia secara rutin melakukan penyusunan anggaran keuangan bulanan (Media, 2024). Selain itu, sebanyak 32% Milenial dan 26% Gen Z tercatat menyisihkan sebagian pendapatan mereka untuk keperluan tabungan dan investasi (Fauziyah, 2024). Fenomena ini mencerminkan pergeseran preferensi investasi dari aset konvensional ke aset digital yang volatile, namun menarik minat Gen Z karena potensi keuntungan tinggi dan aksesibilitas melalui platform digital. Orang-orang sangat tertarik dengan pasar kripto yang berisiko, tetapi itu tidak selalu berarti mereka sepenuhnya memahami risiko dan cara kerjanya. Sehingga hal tersebut ini memunculkan kekhawatiran terkait keputusan investasi yang mungkin didasarkan pada emosi atau tren sosial, bukan analisis rasional.

Sebelum melakukan kegiatan investasi, calon investor disarankan untuk memiliki pengetahuan yang memadai, yang dapat diperoleh melalui proses *Financial Socialization*, guna mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih bijak. Menurut (Ameliawati & Setiyani, 2018), individu dengan tingkat *Financial Socialization* yang tinggi cenderung memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih baik. *Financial Socialization* merupakan suatu proses di mana seseorang membentuk pemahaman, keterampilan, serta kebiasaan yang berkaitan dengan keuangan melalui pengaruh lingkungan sekitarnya (Harrison et al., 2021). Semakin intens interaksi seseorang dengan agen-agen sosialisasi keuangan, semakin positif pula perilaku dalam mengelola keuangannya. *Financial Socialization* (sosialisasi keuangan)

tradisional melalui keluarga dan sekolah dinilai semakin tergantikan oleh sumber digital di kalangan Gen Z. Studi yang dilakukan oleh GroundWorks (2023) mengungkapkan bahwa sekitar 67% Gen Z memperoleh informasi terkait *cryptocurrency* dari media sosial, seperti TikTok, YouTube, dan Instagram. Lebih lanjut, sekitar 21% dari mereka menyatakan pernah melakukan investasi berdasarkan saran dari media sosial tanpa melakukan verifikasi informasi terlebih dahulu. Fakta ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi agen sosialisasi keuangan yang dominan, meskipun berpotensi menyebarkan informasi yang kurang akurat. Selain media sosial, interaksi dengan teman sebaya juga memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan perilaku keuangan (Sari et al., 2025). Berdasarkan data dari (EToro, 2024), 55% Gen Z secara aktif membahas portofolio investasi dengan teman, sementara 44% lainnya berdiskusi dengan anggota keluarga. Data ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial informal turut berperan penting dalam membentuk keputusan keuangan individu muda.

Tabel 1.1 Indeks Literasi Keuangan

Usia	Indeks Literasi Keuangan
26 – 35 tahun	74,04%
18 – 25 tahun	73,22%
36 – 50 tahun	72,05%

Sumber: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)

Merujuk pada hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025, kelompok usia 26–35 tahun, 18–25 tahun, serta 36–50

tahun tercatat memiliki tingkat literasi keuangan tertinggi (SP 69/OJK/GKPB/V/2025, 2025). Masing-masing kelompok menunjukkan indeks literasi keuangan sebesar 74,04%, 73,22%, dan 72,05%. Melalui temuan tersebut, generasi Z yang termasuk dalam kelompok usia dengan indeks moderat, dinilai sebagai kelompok yang paling berisiko menghadapi permasalahan keuangan. Selain itu, kehadiran berbagai platform edukasi daring seperti webinar, podcast, serta aplikasi investasi turut memperkuat proses sosialisasi keuangan dalam bentuk nonformal (LearnFinancialEducation, 2025). Faktor psikologis seperti *fear of missing out* (FOMO) turut mendorong minat investasi dalam aset kripto. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (Finra, 2023), sebanyak 41% Gen Z menyatakan bahwa mereka mulai berinvestasi karena khawatir tertinggal dari tren yang sedang berkembang. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan investasi sering kali didorong oleh tekanan sosial dan emosional, bukan semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional. Akibatnya, sekitar 55% Gen Z memilih *cryptocurrency* sebagai instrumen investasi utama, dan sekitar 19% bahkan hanya berinvestasi pada aset kripto (Chussler, 2023).

Dalam kerangka teori keuangan perilaku (*behavioral finance*), pengambilan keputusan keuangan kerap dipengaruhi oleh distorsi kognitif, salah satunya adalah bias *Overconfidence*. Bias ini merujuk pada kecenderungan individu untuk menilai secara berlebihan kompetensi, wawasan, maupun ketepatan prediksi mereka sendiri, yang pada akhirnya dapat mendorong mereka mengambil keputusan investasi yang cenderung

agresif atau spekulatif (Barber & Odean, 2014). Sikap ini dianggap wajar dan mencerminkan tingkat kepercayaan diri individu dalam meraih sesuatu. Fenomena ini kerap muncul pada investor muda yang merasa telah memiliki pemahaman cukup terhadap pasar, meskipun pengalaman dan kemampuan teknis mereka masih terbatas. Menurut (Dewi & Astrie, 2020) Rasa percaya diri yang berlebihan (*Overconfidence*) menjadi salah satu aspek krusial yang diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan investasi, karena dapat memengaruhi cara individu menilai risiko dan peluang.

Sejumlah penelitian di Indonesia mengindikasikan bahwa sikap *Overconfidence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi oleh Generasi Z, khususnya dalam konteks investasi pada aset kripto (*cryptocurrency*). Penelitian yang dilakukan oleh (R. Sari et al., 2024) terhadap investor Gen Z di Jakarta menemukan bahwa *Overconfidence* berpengaruh positif terhadap kecenderungan mereka dalam memilih aset kripto, meskipun disertai risiko tinggi. Temuan serupa juga diungkap (Pricillia et al., 2023) dalam *European Journal of Business and Management Research* menegaskan bahwa *Overconfidence* secara signifikan menurunkan persepsi risiko, menunjukkan Gen Z cenderung meremehkan kemungkinan kerugian saat berinvestasi kripto. Hal ini diperkuat oleh (Nursalimah et al., 2022) yang mengidentifikasi bahwa *Overconfidence* merupakan salah satu determinan utama dalam keputusan investasi *cryptocurrency* di kalangan investor muda Indonesia.

*Overconfidence* memengaruhi kemampuan investor dalam membuat keputusan, terutama pada investor muda yang masih kurang stabil secara emosional, sehingga berisiko membuat keputusan yang tidak rasional (Lathifatunnisa & Nur Wahyuni, 2021). Sebaliknya, penelitian oleh (Danang Mahardhika & Asandimitra, 2023) menunjukkan bahwa *Overconfidence* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Keputusan investasi yang diambil oleh Gen Z tidak selalu rasional atau berbasis perhitungan teknikal semata. Salah satu faktor psikologis lain yang berperan penting dalam perilaku keuangan mereka adalah *mental accounting*, yakni proses kognitif yang menyebabkan individu memisahkan alokasi dana ke dalam “akun-akun mental” yang berbeda berdasarkan asal-usul, tujuan, atau persepsi nilai uang (Thaler, 1999). Hal ini menyebabkan seseorang dapat memiliki preferensi investasi yang berbeda untuk setiap kategori dana yang ia miliki. (Ginting et al., 2023) menunjukkan bahwa sebagian Gen Z Indonesia memperlakukan dana dari sumber tertentu (misalnya hadiah atau sisa uang bulanan) sebagai "uang yang layak untuk diuji coba" pada aset berisiko seperti *cryptocurrency*. Ini mencerminkan bahwa keputusan investasi kripto mereka tidak sepenuhnya bersifat strategis, melainkan dibentuk oleh proses internalisasi subjektif terhadap nilai uang. Sementara itu, penelitian oleh (Putra & Halpiah, 2023) menegaskan bahwa persepsi terhadap asal dana turut membentuk pilihan instrumen investasi; misalnya, uang hasil kerja cenderung dialokasikan secara hati-hati, sedangkan dana hibah lebih berani digunakan untuk aset spekulatif. Namun, tidak semua penelitian menemukan pengaruh

signifikan antara *Mental Accounting* dan keputusan investasi. Studi oleh (Tang & Asandimitra, 2021) menyimpulkan bahwa *Mental Accounting* tidak secara langsung berpengaruh terhadap keputusan investasi Gen Z, khususnya ketika dibandingkan dengan variabel lain seperti literasi keuangan dan persepsi risiko. Perbedaan hasil ini mengindikasikan perlunya analisis lebih lanjut untuk memahami bagaimana *Mental Accounting* berinteraksi dengan aspek psikologis lainnya dalam pengambilan keputusan investasi kripto.

Dengan mempertimbangkan fenomena tersebut serta adanya gap dalam literatur sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pengaruh *Financial Socialization*, *Overconfidence*, dan *Mental Accounting* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z. Diharapkan hasil dari temuan dalam penelitian ini dapat memperkaya landasan teori sekaligus memberikan panduan aplikatif dalam praktik di lapangan, terutama dalam bidang literasi keuangan dan pengambilan keputusan investasi yang bijak. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjadi langkah awal dalam menjembatani kekosongan penelitian terdahulu dan memperkaya wawasan mengenai faktor-faktor yang membentuk perilaku investasi Generasi Z. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh edukator, regulator, dan pelaku industri keuangan untuk mengembangkan pendekatan yang lebih efektif dalam membangun perilaku investasi yang sehat dan berkelanjutan di kalangan anak muda.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, *Financial Socialization*, *overconfidence*, dan *Mental Accounting* menarik untuk di teliti terhadap keputusan berinvestasi di *cryptocurrency* yang mana diantara tiga generasi X, Y, dan Z memiliki tingkat sosialisai keuangan yang lumayan tinggi tetapi pada generasi Z sendiri menjadi yang terendah. Selain itu, masih banyak kasus trader yang mengalami liquidasi akibat *Overconfidence* dalam melakukan *trading*. Perumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Financial Socialization* berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z?
2. Apakah *Overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z?
3. Apakah *Mental Accounting* berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di jelaskan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Socialization* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Overconfidence* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Mental Accounting* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoretis

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku keuangan (*behavioral finance*), dengan fokus pada faktor-faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi keputusan investasi generasi muda di era digital.
- b. Menambah literatur akademik mengenai investasi *cryptocurrency* dan dinamika pengambilan keputusan finansial di kalangan Generasi Z.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Investor: Diharapkan penelitian ini akan membantu investor membuat keputusan investasi pada aset kripto dan lainnya dan juga membantu investor dalam menyusun strategi investasi yang lebih rasional.
- b. Bagi pembaca: Diharapkan bahwa penelitian ini, khususnya, akan berfungsi sebagai sumber referensi bagi peneliti berikutnya.

#### **E. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup dan batasan pada penelitian ini yaitu sampel diambil dari Generasi Z yang sudah bekerja atau berpenghasilan (tahun kelahiran 1997 - 2012) yang berinvestasi di *cryptocurrency* serta menggunakan 3 variabel independen (*Financial Socialization*, *overconfidence*, dan *mental accounting*), dan 1 variabel dependen (keputusan investasi).