

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi *blockchain* serta mata uang *crypto* memberikan dampak yang signifikan terhadap pasar mata uang global. Dengan desentralisasi dan transparansinya, teknologi *blockchain* menawarkan berbagai kemungkinan penerapan di berbagai industri, mulai dari keuangan dan politik hingga pemerintahan [1]. Sebagai salah satu negara yang memiliki pertumbuhan ekonomi digital yang cepat, Indonesia tentu terkena dampak revolusi ini [2]. Di sisi lain, *crypto* yang merupakan salah satu wujud teknologi *blockchain* telah menarik perhatian masyarakat global, termasuk Indonesia, sebagai alat investasi yang bermanfaat. Sentimen masyarakat Indonesia terhadap investasi *crypto* meningkat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh potensi pendapatan tinggi, kemudahan akses melalui platform digital, dan meningkatnya kesadaran akan teknologi *blockchain*. Namun, berinvestasi dalam *crypto* juga mengandung risiko tinggi karena volatilitas pasar dan kompleksitas teknologinya [3].

Dari tahun ke tahun, pertumbuhan jumlah investor *crypto* di Indonesia menunjukkan tren yang positif. Menurut data dari Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti), terjadi adanya peningkatan signifikan dalam jumlah investor mata uang kripto dan volume transaksi. Ini menunjukkan bahwa adopsi *crypto* semakin meluas di masyarakat Indonesia. Sejalan dengan pertumbuhan tersebut, pemerintah Indonesia juga aktif dalam mengatur pasar aset *crypto* [4]. Bappebti telah menetapkan sejumlah regulasi yang bertujuan untuk melindungi investor serta memastikan transparansi dan keamanan transaksi [5]. Regulasi ini mencakup perlindungan konsumen, mekanisme transaksi, dan pengawasan terhadap pedagang aset *crypto*.

Dalam industri *blockchain* dan mata uang *crypto* yang sangat kompleks, kehadiran pakar atau *influencer* pakar Kripto menjadi sangat penting. *Influencer* pakar Kripto ini adalah individu yang memiliki pemahaman mendalam tentang teknologi *blockchain* dan pasar *crypto*, serta mampu mengomunikasikan informasi tersebut secara efektif kepada

masyarakat luas [6]. Mereka dapat berupa investor, analis, pengembang, atau akademisi dengan reputasi kuat dalam industri ini. Peran mereka sangat krusial dalam memberikan analisis pasar, evaluasi proyek *crypto*, dan saran serta rekomendasi investasi yang dapat mempengaruhi persepsi serta keputusan investor, khususnya mereka yang masih baru dalam dunia *crypto*.

Seiring meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap informasi dari *influencer* pakar Kripto, muncul pula fenomena yang mengkhawatirkan: banyaknya investor pemula yang menerima informasi dari *influencer* pakar Kripto secara mentah tanpa analisis mendalam. Hal ini membuka potensi penyebaran informasi yang tidak akurat atau bias, yang dapat menyebabkan keputusan investasi yang keliru dan berujung pada kerugian finansial. Dalam beberapa kasus, para *influencer* pakar Kripto justru menjadi pihak yang disalahkan ketika ekspektasi investor tidak terpenuhi. Misalnya, pemberitaan dari beberapa media menyoroti kasus-kasus di mana rekomendasi dari tokoh yang dianggap *influencer* pakar Kripto menyebabkan lonjakan minat terhadap aset tertentu, yang kemudian anjlok nilainya. Di sinilah peran *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) menjadi penting. E-WOM adalah komunikasi yang dilakukan oleh pemberi informasi kepada konsumen secara *online* mengenai produk atau layanan tertentu, seperti ulasan, rekomendasi, atau diskusi di media sosial [7][8]. Dalam konteks *crypto*, E-WOM dari *influencer* pakar Kripto dinilai memiliki pengaruh besar karena didasarkan pada persepsi keahlian, kredibilitas, dan pengalaman pribadi mereka [9]. Dampaknya bisa sangat signifikan dalam membentuk kepercayaan dan perilaku investasi masyarakat.

Penelitian sebelumnya tentang E-WOM dalam konteks *crypto* sebagian besar masih berfokus pada pengaruh media sosial secara umum atau pada *influencer* yang tidak memiliki keahlian teknis mendalam [9][10]. Belum banyak penelitian yang secara khusus membahas pengaruh E-WOM dari *influencer* pakar Kripto yang benar-benar kompeten dalam bidang *blockchain* dan *cryptocurrency*. Padahal, kepercayaan terhadap *influencer* pakar Kripto yang memiliki kredibilitas tinggi berpotensi memberikan dampak lebih besar terhadap niat beli dan keputusan investasi. Karena hal tersebut, terdapat *gap* penelitian yang signifikan dalam memahami peran *influencer* pakar Kripto dalam

menyampaikan E-WOM serta bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku investor atau calon investor, terutama di pasar Indonesia.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi *blockchain* serta meningkatnya adopsi *cryptocurrency* di Indonesia, dibutuhkan pemahaman yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi. Penelitian ini memiliki urgensi untuk mengkaji bagaimana *Electronic-Word of Mouth* (E-WOM) yang disampaikan oleh *digital influencer* berkompeten di bidang *blockchain/crypto* dapat membentuk niat beli investor maupun calon investor. Selain itu, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memediasi hubungan antara E-WOM dari *influencer* pakar Kripto dengan keputusan investasi, seperti tingkat literasi Kripto dan tingkat kepercayaan terhadap teknologi. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, membantu investor dalam mengambil keputusan yang lebih tepat, sekaligus mendukung terciptanya ekosistem investasi Kripto yang sehat dan berkelanjutan.

1.2. Rumusan Masalah

Permasalahan pemilik *coin* pasar *cryptocurrency* di Indonesia terletak pada rendahnya pemahaman masyarakat terhadap mekanisme pasar dan pengambilan keputusan investasi yang cermat [11][12]. Keputusan seseorang untuk berinvestasi sering kali dipengaruhi oleh informasi yang diperoleh dari media digital, salah satunya melalui *Electronic-Word of Mouth* (E-WOM), tanpa adanya penilaian kritis terhadap keandalan sumber informasi tersebut. Salah satu penyebabnya adalah dominasi informasi atau *social influence* dari figur yang dianggap *influencer* pakar Kripto, meskipun keabsahan dan keahlian mereka tidak selalu terverifikasi secara objektif. Minimnya kajian yang secara khusus menyoroti pengaruh E-WOM dari *influencer* pakar Kripto yang benar-benar memahami teknologi dan pasar Kripto menyebabkan keterbatasan dalam memahami peran strategis mereka dalam memengaruhi niat beli masyarakat. Selain itu, kurangnya perhatian terhadap faktor-faktor yang dapat memoderasi pengaruh tersebut, seperti tingkat literasi *cryptocurrency*, kepercayaan terhadap teknologi, dan pengaruh sosial memperkuat urgensi untuk meneliti hubungan ini secara lebih mendalam.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic-Word of Mouth* (E-WOM) yang berasal dari *influencer* pakar *blockchain* atau Kripto terhadap niat beli *cryptocurrency* di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga berfokus pada evaluasi faktor-faktor yang memengaruhi hubungan tersebut, termasuk literasi Kripto, tingkat kepercayaan terhadap teknologi, serta pengaruh sosial.

1.4. Batasan Masalah

Mengingat ruang lingkup pembahasan yang cukup luas, penulis menetapkan beberapa batasan penelitian sebagai berikut:

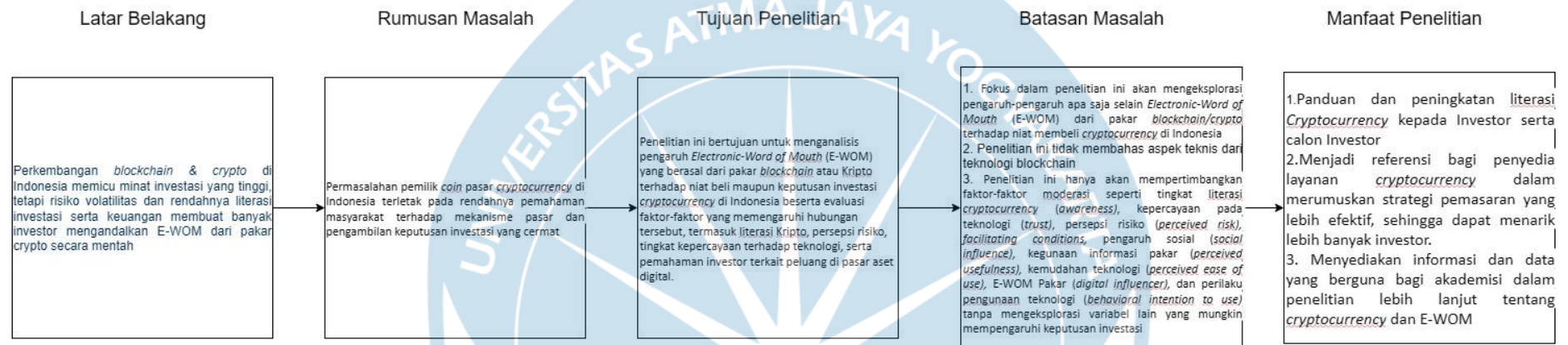
1. Penelitian ini tidak berfokus pada *influencer* pakar Kripto tertentu, tetapi menelaah pengaruh *influencer* pakar Kripto secara umum di Indonesia.
2. Penelitian ini tidak membahas aspek teknis dari teknologi *blockchain* secara spesifik, melainkan difokuskan pada konteks *cryptocurrency* sebagai aset investasi.
3. Penelitian ini hanya mempertimbangkan faktor-faktor moderasi yang sesuai dengan model penelitian yaitu *influencer* pakar Kripto (*Digital Influencers*), *Electronic-Word of Mouth* (E-WOM), kegunaan informasi (*Perceived Usefulness*), kemudahan dalam melakukan investasi Kripto (*Ease of Use*), alasan melakukan investasi (*Reasons*), sikap terhadap teknologi Kripto (*Attitudes*), kepercayaan terhadap Kripto (*Trust in the Brand*), frekuensi penggunaan Kripto (*Frequency of Use*), dan niat membeli Kripto (*Purchase Intention*).
4. Penelitian ini difokuskan pada responden berusia 18 tahun ke atas yang memiliki akun Kripto aktif serta pernah terekspos pada konten E-WOM dari *influencer* pakar Kripto, namun belum pernah melakukan pembelian aset Kripto karena konten tersebut.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberikan manfaat dari segi teoritis maupun praktis, khususnya pada pengambilan keputusan melakukan investasi pada Kripto.

1. Panduan dan peningkatan literasi *Cryptocurrency* kepada Investor serta calon Investor: Memberikan arahan kepada investor dan calon investor Kripto di Indonesia dalam memanfaatkan E-WOM dari *influencer* pakar Kripto untuk mengambil keputusan investasi yang lebih baik di pasar *cryptocurrency* serta mendorong peningkatan literasi *cryptocurrency* di kalangan masyarakat, sehingga investor dapat mengambil keputusan yang lebih terinformasi serta mengurangi risiko dalam berinvestasi.
2. Strategi Pemasaran untuk Penyedia Layanan serta perlindungan Investor: Menjadi referensi bagi penyedia layanan *cryptocurrency* dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga dapat menarik lebih banyak investor. Selain itu, Membantu pembuat kebijakan dalam merancang regulasi yang dapat melindungi investor dan mendukung pengembangan pasar *cryptocurrency* yang lebih sehat dan berkelanjutan.
3. Referensi Akademis: Menyediakan informasi dan data yang berguna bagi akademisi dalam penelitian lebih lanjut tentang *cryptocurrency* dan E-WOM, serta pengembangan kurikulum yang relevan

1.6. Bagan Keterkaitan



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan