

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar belakang

Kapitalisasi pasar *Cryptocurrency* global tahun 2024 menunjukkan dominasi yang signifikan pada Bitcoin (BTC) dan Ethereum (ETH). Berdasarkan data terbaru dari CoinGecko, total kapitalisasi pasar *Cryptocurrency* di dunia mencapai 2,19 triliun dolar Amerika atau sekitar 34.963 triliun rupiah. Dari jumlah tersebut, BTC menguasai 55,11% dan ETH 18,75%. Jika jumlah tersebut digabungkan, maka mencakup 73,86% dari total kapitalisasi pasar *Cryptocurrency*. Dominasi ini menjelaskan peran penting BTC dan ETH dalam membentuk tren pasar *Cryptocurrency* global, termasuk di Indonesia.

Minat terhadap *Cryptocurrency* di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada Desember 2024 jumlah investor *Cryptocurrency* di Indonesia mencapai 22,91 juta orang. Jumlah ini meningkat dari sekitar 17 juta di tahun 2023. Peningkatan ini mencerminkan tren pertumbuhan yang konsisten dalam adopsi aset *Cryptocurrency* di kalangan masyarakat Indonesia. Wilayah Jawa mencatat jumlah investor terbesar yaitu 63,6% dari total investor di Indonesia (Indonesia Crypto Network, 2023). Selain itu, wilayah Jakarta termasuk salah satu top 50 *crypto hub cities* dan berada pada peringkat 39 (Recap, 2023). Peningkatan jumlah investor ini menunjukkan bahwa Indonesia adalah salah satu pasar utama

Cryptocurrency di dunia dengan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan global.

Top 50 Crypto Hub Cities 2022											recap
	Country	City	Quality of life score	Crypto based events	People working in crypto based jobs	Crypto based companies	R&D spend as a % of GDP	No. of crypto ATMs	Capital Gains Tax Rate	Ownership of crypto in each country	Total
1	United Kingdom	London	134.67	57	2,173	808	1.71%	4	20	11%	458.5
2	United Arab Emirates	Dubai	175.84	20	869	772	1.45%	0	0	34%	447.2
3	United States	New York City	136.63	20	1,429	843	3.45%	1	20	16%	415.3
4	Singapore	Singapore	149.95	11	1109	800	0.28%	0	0	25%	394.0
5	United States	Los Angeles	137.96	36	802	323	3.45%	15	20	16%	350.7
6	Switzerland	Zug	212.78	4	93	261	3.17%	0	0	20%	344.1
7	Hong Kong	Hong Kong	104.59	32	607	251	0.99%	0	0	16%	309.8
8	France	Paris	122.73	34	1,155	358	2.35%	1	30	9%	302.2
9	Canada	Vancouver	173.05	7	145	140	3.63%	938	33	14%	286.3
10	Thailand	Bangkok	81.21	2	301	57	1.14%	0	0	44%	280.6
11	United States	Chicago	150.08	8	268	154	3.45%	0	20	16%	268.0
12	Germany	Berlin	162.29	13	425	164	3.14%	1	25	12%	264.2
13	Japan	Sapporo	188.49	0	2	0	4.81%	14	20	13%	262.2
14	Nigeria	Lagos	48.29	6	779	112	0.13%	0	10	45%	261.2
15	Portugal	Lisbon	148.81	4	256	83	1.62%	7	0	15%	261.2
16	Kuwait	Kuwait City	120.15	65	7	3	0.19%	0	0	0	260.6
17	Iran	Tehran	61.69	0	312	49	5.44%	0	0	0	249.2
18	Australia	Sydney	186.2	9	363	188	3.63%	0	45	18%	247.1
19	Japan	Osaka	160.73	9	8	1	3.26%	197	20	13%	244.0
20	Malaysia	Kuala Lumpur	121.5	3	215	55	1.04%	0	0	20%	241.7
21	Argentina	Buenos Aires	101.28	2	535	88	0.46%	0	15	35%	238.6
22	Saudi Arabia	Riyadh	151.11	8	24	0	0.52%	3	0	20%	238.6
23	Japan	Nagoya	197.75	0	2	1	3.26%	0	20	13%	237.5
24	Nigeria	Ibadan	116.95	0	14	0	0.13%	0	10	45%	235.8
25	Saudi Arabia	Jiddah	146.73	8	0	0	0.52%	1	0	20%	235.3
26	Spain	Madrid	160.54	8	612	126	1.41%	0	26	16%	234.6
27	Brazil	Sao Paulo	75.59	2	416	103	3.26%	0	22.5	24%	233.2
28	Canada	Montreal	159.15	32	202	79	1.70%	3	33	14%	231.9
29	India	Coimbatore	128.04	0	57	12	0.66%	1222	30	25%	225.7
30	South Africa	Cape Town	144.94	9	173	82	0.62%	0	18	24%	224.4
31	Japan	Shizuoka	197.07	6	1	0	1.89%	0	20	13%	221.1
32	Japan	Fukuoka	161.92	0	3	1	3.26%	0	20	13%	220.7
33	India	Bangalore	126.34	2	743	190	0.66%	0	30	25%	220.2
34	Turkey	Istanbul	96.63	11	390	110	1.09%	0	40	40%	213.4
35	South Korea	Incheon	154.34	6	5	1	4.81%	0	45	19%	212.8
36	Canada	Toronto	149.93	11	559	309	0.14%	0	33	14%	210.1
37	Indonesia	Surabaya	112.52	0	57	3	0.66%	0	0.1	19%	210.0
38	Angola	Luanda	59.91	0	6	1	0.03%	2021	10	0	206.9
39	Indonesia	Jakarta	75.83	0	337	71	0.28%	0	0.1	19%	206.7
40	El Salvador	San Salvador	79.94	0	10	11	4.80%	0	10	0	205.3
41	South Korea	Busan	156	0	8	0	4.81%	12	45	19%	204.9
42	South Africa	Pretoria	139.51	6	69	18	0.62%	0	18	24%	204.8
43	Indonesia	Bandung	112.23	0	82	5	0.28%	0	0.1	19%	204.3
44	Russia	Moscow	111.04	0	217	56	1.10%	238	13	14%	203.0
45	Spain	Barcelona	143.26	4	316	81	1.41%	0	26	16%	201.3
46	South Africa	Johannesburg	134.63	8	0	0	0.62%	0	18	24%	200.3
47	Indonesia	Bekasi	102.69	0	25	1	0.28%	61	0.1	19%	199.7
48	Australia	Melbourne	184.91	6	312	121	1.83%	0	45	18%	198.5
49	India	Delhi	82.73	1	712	204	0.66%	0	30	25%	198.4
50	Turkey	Ankara	128.53	8	98	8	1.09%	1	40	40%	198.3

Gambar 1.1. Top 50 Crypto Hub Cities

Sumber: Recap (2023)

Penerimaan pajak dari sektor *Cryptocurrency* juga menjadi salah satu indikator penting pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Sampai dengan Mei 2024, Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan berhasil mengumpulkan pajak sebesar Rp746,16 miliar dari transaksi *Cryptocurrency*, mencakup Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (*CNBC Indonesia*, 2024). Angka ini menunjukkan bahwa *Cryptocurrency* sangat penting dalam berkontribusi terhadap penerimaan negara, sekaligus menandakan peningkatan secara signifikan dalam aktivitas ekonomi digital.

Di sisi regulasi, pemerintah Indonesia juga telah menunjukkan komitmen hukum melalui Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (UU P2SK). Dalam UU ini, kewenangan pengawasan terhadap *Cryptocurrency* secara resmi dialihkan dari Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI) kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sebagaimana tercantum dalam Pasal 8 yang mengubah ketentuan Pasal 6 ayat 1 huruf e. Perubahan ini menandai semakin pentingnya *Cryptocurrency* sebagai bagian dari inovasi teknologi sektor keuangan (ITSK), dan sekaligus memperkuat dasar hukum bagi pengawasan dan perlindungan konsumen dalam transaksi aset *Cryptocurrency*.

Data BAPPEBTI tahun 2022 menunjukkan bahwa lebih dari 56,7% investor *Cryptocurrency* adalah Generasi Z dan Y, dengan lebih dari 11,37 juta investor berusia di bawah 30 tahun (*Investor Daily*, 2023). Demografi ini menunjukkan bahwa *Cryptocurrency* telah menjadi pilihan reinvestasi utama bagi kalangan muda, yang semakin terhubung dengan teknologi dan pasar digital. Perubahan

demografi ini juga mencerminkan pergeseran perilaku reinvestasi yang lebih terekspos dengan pemanfaatan *platform* digital dan juga tingkatan risiko yang lebih tinggi.

Berdasarkan laporan Buletin BAPPEBTI (2023), lebih dari 64,6% investor aset *Cryptocurrency* di Indonesia bertransaksi dengan nilai di bawah Rp500.000, dan hanya sekitar 4,1% yang lebih dari Rp100 juta. Temuan ini mengindikasikan bahwa partisipasi dalam aset *Cryptocurrency* didominasi oleh investor ritel dengan volume kecil namun frekuensi tinggi. Karakteristik ini mencerminkan model partisipasi yang berbeda dengan pasar keuangan tradisional, sekaligus menyoroti pentingnya pemahaman terhadap psikologi investor mikro dalam konteks pengambilan keputusan reinvestasi.

Studi yang dilakukan oleh Bank for International Settlements (BIS) pada 2022 menunjukkan bahwa sekitar tiga dari empat investor yang membeli Bitcoin mengalami kerugian. Studi ini, yang menganalisis data investor *Cryptocurrency* di 95 negara antara tahun 2015 sampai dengan 2022. Hasil studi menemukan bahwa meskipun harga Bitcoin naik secara signifikan dari \$250 pada Agustus 2015 hingga hampir \$69,000 pada November 2021, banyak investor yang justru merugi, sementara pemegang Bitcoin terbesar berhasil meraup keuntungan (AFP, 2022). Riset yang dilakukan oleh Reku terhadap 300 responden di Jawa-Bali menunjukkan bahwa tingginya risiko, kurangnya pemahaman terhadap fundamental, dan ketidakakraban dengan aset *Cryptocurrency* adalah alasan utama mengapa masyarakat melakukan reinvestasi di aset ini (Reku.id, 2024). Robby, Ketua Umum Aspakrindo-ABI, menyampaikan bahwa “Alasan utama Masyarakat belum

reinvestasi kembali pada *Cryptocurrency* adalah tingginya risiko sekitar 44%, disusul dengan tidak memahami fundamental sekitar 40%, tidak familiar dengan asset *Cryptocurrency* 35%, banyaknya isu negative 34% dan fluktuasi harga yang tajam 31%”.

Sebagai pasar yang sedang berkembang, banyak investor di Indonesia yang masih pemula dalam reinvestasi keuangan sehingga lebih rentan terhadap risiko. Bank Indonesia telah mengadakan diskusi terkait masalah keamanan siber dalam mata uang digital untuk mendidik dan meningkatkan literasi bagi para investor di Indonesia.

Tingginya minat investor muda terhadap *Cryptocurrency* juga diiringi dengan tantangan yang signifikan. Volatilitas pasar yang tinggi, kurangnya pengalaman, serta pengaruh eksternal seperti *influencer* dan media sosial membuat investor muda rentan terhadap pengambilan keputusan yang kurang bijak. Skandal seperti FTX dan Terra Luna yang menyebabkan kerugian besar bagi investor dan *trader*, serta menekankan risiko yang dihadapi oleh investor muda dalam pasar *Cryptocurrency* (Vidal-Tomás et al., 2023). Oleh karena itu, perlindungan investor melalui edukasi dan *Financial Literacy* menjadi semakin krusial.

Selain tantangan di atas, *Financial Literacy* yang rendah di kalangan investor muda juga menjadi perhatian utama. Rendahnya pemahaman tentang risiko reinvestasi di *Cryptocurrency* seringkali menyebabkan keputusan yang impulsif dan tidak rasional. Media sosial dan *influencer* sering kali memberikan informasi yang tidak seimbang atau bahkan menyesatkan sehingga memperburuk situasi ini. Oleh karena itu, edukasi yang komprehensif dan berbasis data menjadi sangat

penting untuk mengurangi risiko bagi investor muda. Penelitian ini menarik karena menggabungkan variabel-variabel dari ranah ilmu ekonomi dan psikologi, selaras dengan pendekatan ekonomi berperilaku (*behavioral economics*) yang berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Perpaduan antara pertimbangan rasional (seperti *Financial Literacy* dan *Financial Influencer*) dan impuls emosional (seperti *Swift Benefit* dan *Cognitive Biases*) mencerminkan arus transdisipliner dalam studi pengambilan keputusan. Pendekatan ini sejalan dengan arah *humanomics* sebagaimana dikemukakan oleh Deirdre McCloskey, yaitu upaya menyatukan aspek ekonomi dan humaniora dalam memahami perilaku manusia secara lebih utuh dan bermakna.

Intensi reinvestasi di *Cryptocurrency* sering kali diasumsikan didorong oleh faktor-faktor kognitif seperti pengetahuan dan analisis. Pengetahuan yang mendalam mengenai teknologi *blockchain*, performa pasar, dan mekanisme perdagangan sangat penting dalam membentuk keputusan reinvestasi yang rasional. Namun, meskipun pengetahuan ini penting, tidak selalu cukup untuk menjelaskan keputusan reinvestasi yang diambil oleh investor muda dalam pasar *Cryptocurrency* yang sangat dinamis (Lai, 2019).

Selain faktor kognitif, faktor emosional *Positive Sentiment* dan *Control Belief* juga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat reinvestasi. *Positive Sentiment* sering kali terbentuk dari optimisme pasar dan ekspektasi keuntungan yang tinggi, sementara *Control Belief* mencerminkan keyakinan investor atas kemampuan investor dalam mengendalikan hasil reinvestasi. Bias emosional seperti *overconfidence* atau *herding behavior* dapat memperkuat kedua faktor ini

dan pada gilirannya dapat mengarahkan investor muda untuk membuat keputusan yang kurang bijaksana (Arias-Oliva et al., 2019). Kahneman et al. (1979) menilai perilaku investor berpengaruh dalam keputusan untuk reinvestasi dengan harapan mendapatkan keuntungan cepat, dan keputusan tersebut bersifat tidak rasional. Lerner et al. (2015) berpendapat emosi berperan krusial dalam proses pengambilan keputusan, di mana emosi positif cenderung meningkatkan persepsi risiko sebagai lebih rendah dan memperkuat *Positive Sentiment*, sedangkan emosi negatif dapat menyebabkan penilaian yang lebih hati-hati. Dengan demikian, emosi tidak hanya memengaruhi ekspektasi investor, tetapi juga memodulasi cara investor menilai risiko dan peluang reinvestasi, yang pada akhirnya berdampak pada keputusan reinvestasi yang diambil.

Kondisi ini menunjukkan pentingnya pemahaman yang lebih mendalam tentang anteseden yang memengaruhi *Intention to Reinvest in Cryptocurrency* di *Cryptocurrency*, khususnya dalam konteks pasar yang sangat fluktuatif dan berisiko tinggi. Anteseden seperti *Positive Sentiment* dan *Control Belief* memainkan peran kunci dalam membentuk cara investor muda membuat keputusan reinvestasi, sering kali dipengaruhi oleh faktor emosional. Pemahaman anteseden ini menjadi krusial karena tanpa perspektif yang tepat, upaya untuk mendidik dan melindungi investor muda mungkin tidak akan efektif. Oleh karena itu, penelitian yang menggabungkan analisis faktor kognitif dan emosional sangat dibutuhkan untuk menghasilkan strategi yang lebih komprehensif dalam mengelola risiko reinvestasi di *Cryptocurrency* (Hirshleifer, 2001).

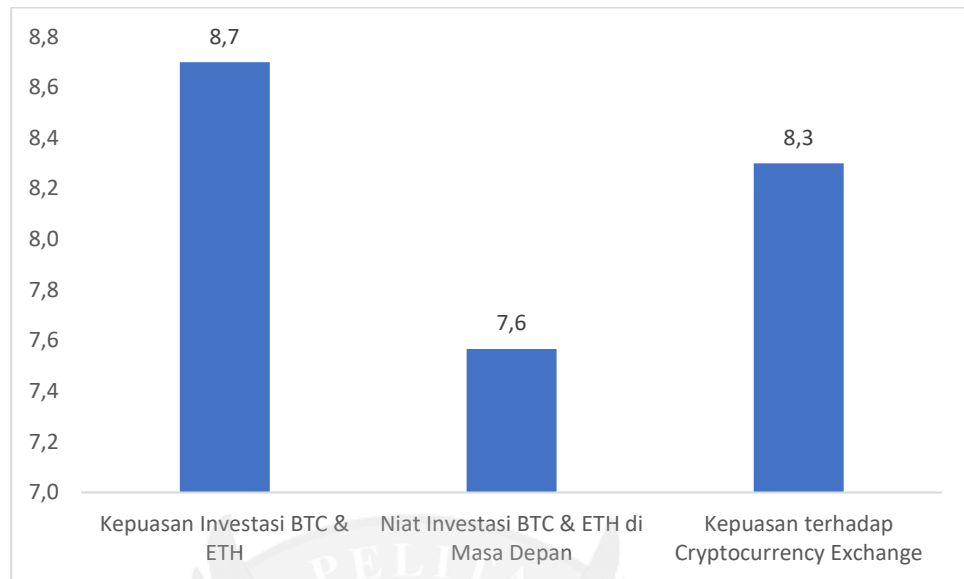
Fenomena pertumbuhan pesat *Cryptocurrency*, terutama BTC dan ETH yang mendominasi kapitalisasi pasar global, serta peningkatan secara signifikan jumlah investor di Indonesia, terutama dari kalangan muda, menyoroti adanya kesenjangan dalam *Financial Literacy* dan pemahaman risiko di kalangan investor. Meskipun adopsi *Cryptocurrency* di Indonesia menunjukkan tren positif, regulasi yang ada belum sepenuhnya mengimbangi dinamika pasar yang cepat dan fluktuatif sehingga menimbulkan risiko bagi investor muda yang cenderung kurang berpengalaman. Pengaruh eksternal seperti media sosial dan *influencer* menambah kompleksitas dalam pengambilan keputusan reinvestasi, yang sering kali tidak sepenuhnya rasional dan melibatkan faktor emosional.

Selain itu, industri *Cryptocurrency* juga sering dikategorikan sebagai bagian dari “ekonomi kasino” karena mengandung unsur spekulasi yang tinggi dan volatilitas ekstrem. Aktivitas dalam pasar ini tidak jarang dianggap menimbulkan efek destabilisasi terhadap stabilitas makroekonomi karena mendorong perilaku irasional dalam skala besar. Sejumlah ekonom menyoroti bahwa fenomena seperti “*animal spirit*” (Akerlof & Shiller, 2009) dan “*herd instinct*” (Banerjee, 1992) menjadi karakteristik dominan dalam perilaku investor *Cryptocurrency*, yaitu kecenderungan untuk mengikuti arus pasar secara impulsif tanpa pertimbangan logis yang matang. Dalam konteks Indonesia, kondisi ini mengindikasikan urgensi perumusan undang-undang khusus yang secara komprehensif mengatur dan mengawasi industri *Cryptocurrency*. Hal ini menjadi penting mengingat potensi sektor ini sebagai sumber risiko sistemik dalam arsitektur keuangan digital

nasional, khususnya dalam menghadapi disrupsi yang ditimbulkan oleh aktivitas spekulatif dan perilaku pasar yang tidak rasional.

Penelitian ini berupaya untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan berfokus pada identifikasi anteseden *Positive Sentiment* dan *Control Belief* serta pengaruhnya pada *Intention to Reinvest in Cryptocurrency* di kalangan investor Generasi Z dan Y di Jakarta, guna memberikan pemahaman yang lebih baik dan solusi yang tepat dalam mengatasi tantangan yang ada.

Untuk memperkuat fenomena masalah penelitian, maka survei pendahuluan dilakukan pada tiga puluh responden yang merupakan investor muda di wilayah Jakarta dan sekitarnya untuk mendapatkan gambaran awal mengenai perilaku dan sentimen terhadap *Cryptocurrency*. Dari hasil survei awal ditemukan fenomena yang menarik tentang perbedaan antara kepuasan terhadap *Platform Cryptocurrency Exchange* (bursa *Cryptocurrency*) dan niat untuk reinvestasi di masa depan. Meskipun dalam perhitungan *Net Promotor Score* (NPS), 46,67% responden merasa puas dan memiliki *likelihood to promote* terkait peran *Cryptocurrency exchange* yang investor gunakan, namun hanya sekitar 3,33% yang benar-benar berniat untuk merekomendasikan reinvestasi di BTC dan ETH.



*Penelitian pendahuluan ini dilakukan dengan kuesioner, dengan skala *Likert* 1-10.

**Perhitungan NPS dilakukan dengan kategorisasi nilai : 1-6 sebagai *Detractors*, 7-8 sebagai *Passive*, 9-10 sebagai *Promoter*

Gambar 1.2. Diagram Hasil Survei Pendahuluan

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini oleh penulis (2024)

Fenomena ini mengindikasikan adanya faktor lain, selain kepuasan terhadap layanan dari *Platform Cryptocurrency Exchange*, yang memengaruhi niat investor untuk reinvestasi. Pada Gambar 1.2. dapat diperhatikan bahwa secara rata-rata, niat reinvestasi di masa depan memiliki rerata nilai terendah dari tiga poin pertanyaan utama yang ditanyakan seperti reinvestasi awal, kepuasan Pada *Platform Cryptocurrency Exchange* yang digunakan, dan *Intention to Reinvest in Cryptocurrency* BTC dan ETH di masa depan. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat meskipun ada kepuasan terhadap *Platform Cryptocurrency Exchange*, namun niat untuk melanjutkan reinvestasi tidak setinggi yang diharapkan. Fakta ini juga membuktikan dugaan adanya faktor-faktor lain yang memengaruhi *Intention to reinvest*, selain permasalahan akan sentimen perubahannya (*Perceived Technological Advancement*). Pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang

berkaitan dengan motif untuk reinvestasi *Cryptocurrencies* penting dipelajari secara mendalam untuk memahami perilaku investor di Indonesia dalam reinvestasi *cryptocurrencies*. Hal ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru dalam konteks pemasaran *digital financial* memasuki era digital ekonomi di Indonesia.

1.2.Masalah Penelitian

Penelitian mengenai *Intention to reinvest* telah menjadi topik yang sering dibahas dalam literatur keuangan dan perilaku. Beberapa studi terkini, seperti Rizani (2024) menunjukkan bahwa faktor seperti toleransi risiko, pengetahuan keuangan, sikap terhadap reinvestasi, pengaruh sosial, dan *perceived behavioral control* merupakan determinan secara signifikan dari *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*. Dalam konteks pasar modal atau produk keuangan lainnya, norma subjektif, sikap, dan *perceived behavioral control* memainkan peran penting dalam membentuk niat individu untuk reinvestasi (Lai, 2019, Nainggolan & Handayani, 2023). Namun, meskipun teori-teori ini mengajukan perspektif yang bermanfaat, masih terdapat beberapa keterbatasan dalam aplikasinya, terutama dalam konteks reinvestasi *Cryptocurrency* di kalangan investor muda.

Umumnya dalam penelitian perilaku investor, *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang banyak digunakan untuk memprediksi *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*, teori ini memiliki keterbatasan dalam menangkap kompleksitas pengaruh emosional dan sosial dalam keputusan reinvestasi. Studi oleh Barberis dan Thaler (2003) serta Glaser et al. (2014) menunjukkan bahwa TPB cenderung fokus pada faktor rasional tanpa mempertimbangkan dinamika pasar yang lebih

luas dan respons emosional investor. Sedang dalam perspektif *behavioral economics* (Kahneman, 1988 & Thaler, 1999) keputusan investor dalam reinvestasi juga bersifat *irrational* dan tidak sepenuhnya bergantung pada keputusan rasional. Studi lainnya yang dilakukan di *Harvard University* oleh Lerner (2015) juga menunjukkan bahwa emosi lebih powerful dibanding dengan *attitude* dalam memprediksi perilaku individu. Dengan demikian penelitian yang menggunakan TPB cenderung meninggalkan gap studi perilaku investor. Karenanya diperlukan pendekatan yang lebih holistik untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*, terutama di pasar yang sangat fluktuatif seperti *Cryptocurrency*.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *Control Belief* memainkan peran penting dalam keputusan reinvestasi, namun sering kali kurang diperhatikan dalam konteks tertentu. Misalnya, penelitian oleh Arias-Oliva et al. (2019) menyoroti kurangnya perhatian pada *Control Belief* dalam penerapan TAM di Spanyol. Untuk mengatasi celah ini, sintesis dari TPB dan TIB dapat digunakan untuk menjelaskan apakah *Financial Literacy* dan *Financial Influencer* memengaruhi *Control Belief*. Dalam konteks ini, penting untuk memahami apakah *Financial Literacy* dan pengaruh dari pihak eksternal dapat meningkatkan keyakinan investor muda dalam mengendalikan keputusan reinvestasi investor.

Financial literacy dianggap sebagai faktor kunci yang memengaruhi *Control Belief*. Penelitian oleh Kang et al. (2019) menunjukkan bahwa *Financial Literacy* yang baik dapat meningkatkan kepercayaan diri investor dalam mengambil keputusan reinvestasi, yang pada gilirannya memperkuat *Control Belief*.

Namun, literatur yang ada belum banyak mengelaborasi apakah *Financial Literacy* berinteraksi dengan faktor lain seperti *Financial Influencer*. Oleh karena itu, memahami interaksi ini menjadi penting dalam mengembangkan strategi edukasi keuangan yang lebih efektif untuk meningkatkan *Intention to Reinvest in Cryptocurrency* di kalangan investor muda.

Selain *Financial Literacy*, *Financial Influencer* juga memiliki pengaruh secara signifikan dalam membentuk *Control Belief*. Merkley et al. (2024) menyoroti bahwa *influencer* dapat memengaruhi persepsi investor tentang kemampuan investor untuk mengendalikan hasil reinvestasi, terutama di pasar *Cryptocurrency* yang sangat fluktuatif. Meskipun begitu, dampak jangka panjang dari pengaruh ini masih belum banyak diteliti. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih lanjut apakah pengaruh *Financial Influencer* dapat dimaksimalkan untuk mendukung keputusan reinvestasi yang lebih bijaksana di kalangan investor muda.

Positive Sentiment merupakan faktor emosional penting yang memengaruhi *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*, namun penelitian sebelumnya sering kali kurang mengelaborasi apakah sentimen ini terbentuk dan berinteraksi dengan *Cognitive Biases*. Hirshleifer (2001) menunjukkan bahwa psikologi investor dan *Cognitive Biases* memainkan peran penting dalam pembentukan harga aset, tetapi belum banyak dieksplorasi dalam konteks *Cryptocurrency*. Dalam konteks ini, penting untuk mempertimbangkan apakah *Positive Sentiment* dapat menjadi prediktor kuat untuk *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*, terutama ketika dipengaruhi oleh dinamika pasar yang fluktuatif.

Untuk menjelaskan peran *Positive Sentiment* dalam keputusan reinvestasi, penelitian ini mengadopsi *Cognitive Biases* yang didefinisikan oleh Kahneman, Slovic, Tversky (1982) sebagai error yang sistematis dan tidak disadari saat individu memproses dan menerjemahkan informasi dari lingkungan dan memengaruhi keputusan dan penilaiannya. Hal ini menguraikan apakah *Cognitive Biases* seperti *overconfidence* dan *confirmation bias* memengaruhi keputusan reinvestasi. Kahneman dan Tversky (1988) menyebutkan bahwa investor cenderung mempertahankan reinvestasi yang merugi lebih lama dari yang seharusnya karena aversi terhadap kerugian, yang juga berkontribusi pada terbentuknya *Positive Sentiment*. Dengan demikian, memahami apakah *Cognitive Biases* memengaruhi *Positive Sentiment* menjadi kunci dalam menjelaskan *Intention to Reinvest in Cryptocurrency* di pasar yang berisiko tinggi seperti *Cryptocurrency*.

Swift benefit, atau keinginan untuk mendapatkan keuntungan cepat, sering kali menjadi pendorong *Positive Sentiment* di kalangan investor muda. Studi oleh Cheah dan Fry (2015) mengidentifikasi bahwa ekspektasi keuntungan cepat dapat memengaruhi sentimen investor secara signifikan. Namun, dampak jangka panjang dari ekspektasi ini terhadap *Intention to Reinvest in Cryptocurrency* belum banyak diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk menjelaskan apakah *Swift Benefit* dapat memengaruhi *Positive Sentiment* dalam konteks reinvestasi jangka panjang. Dalam konteks pengambilan keputusan, Lerner et al. (2015) menyebutkan bahwa *Swift Benefit* sebagai interpretasi dari *discounted expected utility* memainkan peran penting dalam membentuk keinginan untuk mendapatkan keuntungan cepat.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi investor terhadap preferensi waktu, dapat mendorong *Swift Benefit* dan pada gilirannya memengaruhi *Positive Sentiment* investor terhadap reinvestasi.

Cognitive Biases seperti *overconfidence*, FOMO (*Fear of Missing Out*), dan *herding behavior bias* dapat memperkuat *Positive Sentiment* di kalangan investor. Kahneman (2011) menunjukkan bahwa bias ini sering kali membuat investor terlalu percaya diri dalam mengambil keputusan, terutama dalam kondisi pasar yang tidak pasti seperti *Cryptocurrency*. Hal ini menyebabkan keputusan reinvestasi yang didasarkan pada *Positive Sentiment* sering kali kurang rasional. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menggabungkan pemahaman tentang *Cognitive Biases* dengan dinamika pasar untuk memprediksi *Intention to Reinvest in Cryptocurrency* dengan lebih akurat.

Dinamika pasar *Cryptocurrency*, yang sangat fluktuatif dan kompetitif, memoderasi hubungan antara *Control Belief* dan *Positive Sentiment* dengan niat untuk reinvestasi. Studi oleh Katsiampa (2019) dan Jiang et al. (2022) menunjukkan bahwa volatilitas pasar dan perubahan makroekonomi memengaruhi bagaimana investor menilai risiko dan peluang dalam pasar *Cryptocurrency*. Dengan demikian, penting untuk mempertimbangkan dinamika ini ketika menganalisis keputusan reinvestasi, terutama di pasar yang terus berubah seperti *Cryptocurrency*.

Dengan mempertimbangkan *perceived technological advancement*, penelitian ini dapat lebih akurat dalam menangkap variabilitas perilaku reinvestasi di pasar *Cryptocurrency*. Davis (1989) menjelaskan bahwa penggunaan dan kemudahan teknologi tertentu akan meningkatkan dinamika pasar. Studi oleh Ji et

al. (2019) menyoroti pentingnya memahami konektivitas dinamis di pasar *Cryptocurrency* untuk menganalisis keputusan reinvestasi yang lebih kompleks. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh faktor eksternal terhadap keputusan reinvestasi tidak bisa diabaikan, terutama ketika mempertimbangkan volatilitas yang tinggi di pasar ini.

Penelitian ini mengintegrasikan berbagai faktor, termasuk *Control Belief*, *Positive Sentiment*, *Financial Literacy*, dan *perceived technological advancement* dalam satu model yang komprehensif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi celah dalam literatur yang ada, tetapi juga mengajukan kebaruan dalam pendekatan untuk memahami *Intention to Reinvest in Cryptocurrency* dalam pasar *Cryptocurrency* yang dinamis di kalangan investor muda di Jakarta.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dan model penelitian yang diusulkan, penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian utama yang berkaitan dengan minat reinvestasi dalam *Cryptocurrency* di kalangan Investor Generasi Z dan Y di wilayah Jakarta. Pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Financial Influencer* secara signifikan mempunyai pengaruh positif pada *Control Belief*?
2. Apakah *Financial Influencer* secara signifikan mempunyai pengaruh positif pada *Positive Sentiment*?

3. Apakah *Financial Literacy* secara signifikan mempunyai pengaruh positif pada *Control Belief*?
4. Apakah *Financial Literacy* secara signifikan mempunyai pengaruh positif pada *Positive Sentiment*?
5. Apakah *Swift Benefit* secara signifikan mempunyai pengaruh positif pada *Control Belief*?
6. Apakah *Swift Benefit* secara signifikan mempunyai pengaruh positif pada *Positive Sentiment*?
7. Apakah *Cognitive Biases* secara signifikan mempunyai pengaruh positif pada *Control Belief*?
8. Apakah *Cognitive Biases* secara signifikan mempunyai pengaruh positif pada *Positive Sentiment*?
9. Apakah *Control Belief* secara signifikan mempunyai pengaruh positif pada *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*?
10. Apakah *Positive Sentiment* secara signifikan mempunyai pengaruh positif pada *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*?
11. Apakah *perceived technological advancement* secara signifikan mempunyai pengaruh dalam memoderasi hubungan antara *Control Belief* dan *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*?
12. Apakah *perceived technological advancement* secara signifikan mempunyai pengaruh dalam memoderasi hubungan antara *Positive Sentiment* dan *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat reinvestasi dalam *Cryptocurrency* di kalangan investor generasi Z dan Y di Jakarta. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai determinan minat reinvestasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan teori reinvestasi serta praktik reinvestasi *Cryptocurrency* yang lebih baik dan rasional. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh positif *Financial Influencer* terhadap *Control Belief*.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh positif *Financial Influencer* terhadap *Positive Sentiment*.
3. Menganalisis dan menguji pengaruh positif yang dari *Financial Literacy* terhadap *Control Belief*.
4. Menganalisis dan menguji pengaruh positif *Financial Literacy* terhadap *Positive Sentiment*.
5. Menganalisis dan menguji pengaruh positif *Swift Benefit* terhadap *Control Belief*.
6. Menganalisis dan menguji pengaruh positif *Swift Benefit* terhadap *Positive Sentiment*.
7. Menganalisis dan menguji pengaruh positif *Cognitive Biases* terhadap *Control Belief*.

8. Menganalisis dan menguji pengaruh positif *Cognitive Biases* terhadap *Positive Sentiment*.
9. Menganalisis dan menguji pengaruh positif *Control Belief* terhadap *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*.
10. Menganalisis dan menguji pengaruh positif *Positive Sentiment* terhadap *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*.
11. Menganalisis dan menguji *perceived technological advancement* dalam memoderasi hubungan antara *Control Belief* dan *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*.
12. Menganalisis dan menguji pengaruh positif *perceived technological advancement* dalam memoderasi hubungan antara *Positive Sentiment* dan *Intention to Reinvest in Cryptocurrency*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan baik secara teoritis, praktis, maupun kebijakan. Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah literatur dan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi *Intention to Reinvest in Cryptocurrency* dalam *Cryptocurrency*, khususnya di kalangan Investor Generasi Z dan Y di Jakarta. Penelitian ini juga mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Theory of Interpersonal Behavior* (TIB) untuk menciptakan kerangka kerja yang lebih holistik dalam memahami perilaku reinvestasi.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan bagi investor muda dalam membuat keputusan reinvestasi yang lebih baik dan lebih terinformasi, khususnya dalam konteks *Cryptocurrency*. Penelitian ini juga memberikan perspektif kepada *Financial Influencer* tentang bagaimana investor dapat memengaruhi *Intention to Reinvest in Cryptocurrency* dengan cara yang lebih bertanggung jawab dan efektif. Di sisi lain, penelitian ini juga dapat meningkatkan *Financial Literacy* di kalangan Investor Generasi Z dan Y dengan memberikan informasi yang jelas tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan reinvestasi.

Dalam konteks kebijakan, penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pembuat kebijakan dan regulator untuk mengembangkan kebijakan yang mendukung dan melindungi investor *Cryptocurrency*, serta mempromosikan pertumbuhan yang berkelanjutan di pasar ini. Penelitian ini juga membantu regulator dalam merancang kebijakan yang dapat melindungi investor dari pengaruh negatif *Financial Influencer* yang tidak bertanggung jawab. Dengan

manfaat-manfaat tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan baik secara teoritis maupun praktis, serta membantu dalam pengembangan kebijakan yang lebih baik di sektor *Cryptocurrency* di Indonesia.

1.6.Sistematika Penulisan

Pada setiap bab akan dijelaskan mengenai gambaran lebih terperinci tentang penelitian yang akan dan telah dilakukan. Pada masing-masing bab akan dijelaskan sesuai judul bab secara berkaitan yang terdiri dari 5 bab. Pada setiap bab terdapat penjelasan-penjelasan yang memiliki alur serta keterkaitan antara satu bab dengan bab yang lainnya. Adapun penjabaran dari sistematika penulisan dalam disertasi disusun sebagai berikut,

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan yang berisi uraian latar belakang dari penelitian, perumusan masalah berupa fenomena *gap* dan *research gap* serta variabel penelitian yang akan digunakan. Dilanjutkan dengan mengemukakan tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, dan ruang lingkup sebagai batasan penelitian serta penjelasan sistematika penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan literatur, berisi teori-teori dasar yang akan digunakan sebagai landasan penelitian, menelaah variabel yang digunakan dalam penelitian dan menilik jurnal penelitian-penelitian yang berkaitan dengan topik pada penelitian sebelumnya.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi Penelitian, berisi model konseptual penelitian terdahulu, model penelitian ini, hipotesis penelitian serta metodologi dari penelitian ini yang terdiri dari metode penelitian, tahapan penelitian, unit analisis, sumber data, sampel dan populasi penelitian serta metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN ANALISIS

Analisis Data dan cakupan pembahasan, menyajikan data hasil uji dan analisis dan data penelitian berupa kuesioner yang diolah secara variabel untuk menunjukkan korelasi antar variabel yang diteliti dan pengujian hipotesis yang diajukan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan serta saran yang merupakan kesimpulan hasil penelitian, limitasi, saran dan usulan penelitian selanjutnya.