

ADOPSI KONSUMEN TERHADAP MATA UANG KRIPTO: PERSEPSI DAN PERILAKU GENERASI Z

Yudhi Prasetya Mada
madayudhi@gmail.com
FEB UTM

ABSTRAK

Menanggapi kebutuhan akan penelitian mengenai perilaku adopsi konsumen terhadap mata uang kripto, sebuah Tinjauan Pustaka Terarah (TLR) telah dilakukan. Berbeda dengan tinjauan pustaka sebelumnya, bab ini memperkenalkan kerangka konseptual untuk memahami perilaku konsumen kripto yang terdiri dari empat tema utama dan delapan wawasan kunci. Secara khusus, TLR ini menyoroti faktor-faktor penting yang mendorong adopsi kripto (yaitu kepemilikan), mengidentifikasi perilaku bermasalah dan non-bermasalah di antara pengguna kripto, serta mempertimbangkan potensi faktor moderasi individu dan faktor terkait kripto itu sendiri. Implikasi teoritis dan praktis dibahas, serta usulan pertanyaan penelitian masa depan diajukan berdasarkan temuan ini.

Kata Kunci: Kripto, Kepemilikan, Perilaku Adopsi, Pendorong, Tinjauan Pustaka Terarah.

PENDAHULUAN

Mata uang kripto (cryptocurrency) telah muncul sebagai bentuk investasi baru yang mendisrupsi pasar keuangan tradisional. Meskipun terdapat skeptisisme pasar yang mengklaim bahwa kripto tidak memiliki nilai intrinsik dan merupakan penipuan, minat untuk berinvestasi dalam mata uang digital ini terus tumbuh. Pandemi COVID-19 semakin mempercepat adopsi kripto; harga Bitcoin melonjak tajam sementara mata uang kripto lainnya mulai mendapatkan perhatian arus utama. Meski kesadaran konsumen meningkat, faktor pendorong di balik keputusan investasi Generasi Z pada kelas aset ini masih belum jelas. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran pengetahuan dalam keputusan investasi kripto Generasi Z, serta memberikan gambaran mengenai tingkat pemahaman, sumber pengetahuan, dan pengalaman mereka.

Lanskap investasi saat ini menyaksikan tidak hanya milenial, tetapi juga Generasi Z yang mulai mengalokasikan sebagian tabungan mereka ke mata uang kripto. Sebuah survei terbaru di Amerika Serikat menemukan bahwa 56% Generasi Z dan 54% milenial memasukkan kripto sebagai bagian dari strategi pensiun mereka. Tren ini difasilitasi oleh aplikasi investasi seluler seperti Robinhood, Coinbase, Binance, dan Crypto.com yang menawarkan kenyamanan transaksi. Platform ini memungkinkan Generasi Z untuk berinvestasi dalam jumlah kecil, bahkan mulai dari \$1, sehingga menghilangkan kebutuhan akan modal awal yang besar. Aksesibilitas, keterjangkauan, dan daya tarik potensi keuntungan tinggi inilah yang memotivasi mereka untuk terjun ke dunia kripto.

Ketersediaan informasi yang luas melalui komunitas daring, media sosial, dan platform berbagi video seperti YouTube memainkan peran penting. Media sosial berfungsi sebagai gudang pengetahuan bagi pengguna untuk mengakses berita dan tren terbaru. Cerita tentang individu yang meraup keuntungan besar dari meme coins telah memicu rasa penasaran sekaligus ketakutan akan ketinggalan momen atau FOMO (fear of missing out).

Penelitian ini bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

- Bagaimana tingkat pengetahuan Generasi Z mengenai mata uang kripto?
- Bagaimana cara mereka memperoleh pengetahuan tersebut?

- Apa pengalaman mereka dan bagaimana hal itu memengaruhi keputusan investasi?

Memahami basis pengetahuan Generasi Z sangat penting karena mereka adalah "pribumi digital" (digital natives) yang tumbuh besar dengan teknologi. Temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu platform seperti Coinbase dan Robinhood dalam mengembangkan strategi yang disesuaikan untuk menarik dan melayani kebutuhan generasi ini.

Dalam beberapa tahun terakhir, mata uang kripto telah muncul sebagai alat transaksi yang semakin dikenal dan mudah diakses, seiring dengan kemajuan teknologi blockchain yang berkelanjutan. Lonjakan adopsi ini dipercepat secara signifikan oleh dampak pandemi COVID-19, yang menekankan peran penting transaksi keuangan digital.

Pasar kripto mencerminkan tren ini dengan ekspansi yang luar biasa:

- Kapitalisasi Pasar: Meningkat dari US \$900 juta pada tahun 2020 menjadi US \$2,89 miliar pada 2021.
- Pencapaian 2023: Mencapai angka mengesankan sebesar US \$1,26 triliun pada Oktober 2023.
- Dominasi Pasar: Bitcoin memimpin dengan 53% dari total nilai pasar, diikuti oleh Ethereum dengan pangsa 17%.

Meskipun demikian, tahapan adopsi konsumen menunjukkan kesenjangan yang mencolok di berbagai negara. Sebagai contoh, India memimpin dengan tingkat kepemilikan 29%, diikuti Nigeria 27%. Di Amerika Serikat (17%), terdapat preferensi kuat terhadap Bitcoin, sementara demografi penggunaannya didominasi oleh pria (2,8 kali lebih besar dari wanita) dan kelompok usia 18 hingga 34 tahun (61% dari total pemilik).

Latar Belakang Teoritis dan Tinjauan Pustaka

Teori Pemrosesan Informasi (Information Processing Theory)

Teori ini menjelaskan bagaimana pengetahuan memengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Alih-alih hanya bereaksi terhadap stimulus, otak manusia mengevaluasi secara kognitif, menyimpan, dan memanggil kembali informasi yang diterima—mirip dengan cara kerja komputer. Peneliti berpendapat bahwa dalam investasi finansial yang penuh dengan risiko dan penilaian emosional, pengetahuan berfungsi sebagai filter kritis bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli mata uang kripto.

Mata Uang Kripto

Mata uang kripto adalah aset digital yang menggunakan kriptografi dan teknologi blockchain untuk memfasilitasi transaksi yang aman dan terdesentralisasi. Bitcoin, yang diperkenalkan oleh anonim bernama Satoshi Nakamoto, merupakan pionir yang membuka jalan bagi ekosistem aset digital lainnya seperti Ether, Ripple, Cardano, hingga Dogecoin. Saat ini, terdapat lebih dari 20.000 jenis mata uang kripto di pasar. Dengan kapitalisasi pasar sekitar \$536 miliar, Bitcoin menguasai porsi signifikan dari total nilai pasar kripto global yang mencapai kurang lebih \$1,07 triliun. Meskipun menawarkan transparansi dan biaya transaksi yang lebih rendah, investasi ini tetap membawa risiko volatilitas dan ketidakpastian regulasi.

Generasi Z dan Pengetahuan Finansial Kripto

Generasi Z (lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an) memiliki karakteristik yang unik. Mereka adalah generasi pertama yang tidak mengenal dunia tanpa internet. Mereka pragmatis, inklusif, dan sangat terhubung secara global. Secara finansial, mereka cenderung berhati-hati karena mengamati kesulitan ekonomi orang tua mereka pada resesi 2008.

Eksistensi kripto yang bersifat digital, terdesentralisasi, dan disruptif selaras dengan nilai-nilai yang dipegang teguh oleh Generasi Z: transparansi, otonomi, dan konektivitas

global. Mereka lebih cenderung beralih ke TikTok atau YouTube untuk mendapatkan informasi keuangan dibandingkan saluran pendidikan tradisional. Namun, tingginya interaksi mereka dengan media sosial tidak secara otomatis berarti mereka memiliki pengetahuan finansial yang komprehensif. Oleh karena itu, menyelidiki sejauh mana pemahaman mendalam mereka terhadap aset ini menjadi sangat krusial untuk memahami masa depan lanskap keuangan digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif untuk menguji dampak tingkat literasi mata uang kripto terhadap keputusan investasi Generasi Z di Indonesia. Secara spesifik, survei kualitatif dilakukan untuk menggali data mengenai tingkat pengetahuan kripto, sumber informasi, serta pengalaman nyata para mahasiswa. Penggunaan survei kualitatif dipilih karena kemampuannya dalam mengumpulkan data yang kaya akan pengalaman, narasi, dan sudut pandang individu secara terfokus (Braun et al., 2021). Penelitian ini dilaksanakan pada Maret 2023 dan didistribusikan kepada mahasiswa sarjana di dua universitas besar di Jawa Timur (satu universitas negeri di Surabaya dan satu universitas swasta di Malang).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum, tingkat pengetahuan mahasiswa di Jawa Timur mengenai kripto masih berada pada level permukaan. Mayoritas responden (66%) merasa pengetahuan mereka 'Tidak Baik', 34% merasa 'Cukup Baik', dan tidak ada satu pun yang merasa 'Sangat Baik'. Tingkat pemahaman ini menjadi garis pemisah yang jelas antara mahasiswa yang berani "terjun" ke pasar kripto dengan mereka yang hanya menjadi penonton.

Dampak Minimnya Pengetahuan terhadap Sikap dan Persepsi

Mahasiswa yang merasa tidak memiliki pengetahuan cukup menyoroti absennya edukasi finansial digital di kurikulum kampus. Mereka cenderung melihat kripto hanya sebatas "uang digital" atau "tren internet" tanpa memahami mekanisme bursa. Informasi yang hanya didapat dari potongan video di TikTok atau obrolan di angkringan memicu sikap skeptis.

Bagi kelompok ini, kripto sering dianggap sebagai bentuk perjudian modern atau skema penipuan (scam). Karena tidak memahami nilai gunanya, mereka tidak memiliki ketertarikan untuk melakukan riset lebih dalam. Sifat aset yang tidak berwujud fisik menimbulkan keraguan, di mana beberapa mahasiswa menyamakannya dengan saldo di e-wallet seperti GoPay atau ShopeePay, namun dengan risiko yang jauh lebih mengerikan.

Pengetahuan Terbatas: Antara Penasaran dan Ketakutan

Kelompok mahasiswa yang merasa memiliki pengetahuan 'Cukup Baik' namun belum berinvestasi biasanya adalah pencari informasi aktif di YouTube atau pengikut influencer keuangan. Mereka memahami bahwa kripto bisa memberikan keuntungan besar seperti saham, namun paparan berita mengenai kerugian drastis (nyangkut) menimbulkan kecemasan. Mereka melihat kripto sebagai aset yang sangat liar dan mudah dimanipulasi oleh tokoh global (seperti Elon Musk), yang membuat mereka ragu untuk mulai menaruh uang saku mereka di sana.

Pengalaman Nyata Membentuk Kepercayaan Diri

Kelompok terkecil adalah mereka yang sudah memiliki aset kripto. Mahasiswa ini biasanya memiliki pemahaman teknis yang lebih baik mengenai blockchain atau cara membaca grafik harga sederhana. Mereka melakukan riset mandiri sebelum membeli sebuah "koin".

Sebagai investor muda, mereka mengakui bahwa pasar sangat fluktuatif, namun mereka

mulai belajar tentang diversifikasi portofolio. Pengalaman kehilangan uang saat harga jatuh (koreksi) justru membuat mereka menjadi investor yang lebih disiplin dan hati-hati. Meskipun sudah berinvestasi, mereka tetap merasa masih banyak hal yang belum mereka pahami tentang ekosistem kripto yang sangat luas ini.

Diskusi

Kebangkitan pesat mata uang kripto telah merevolusi lanskap keuangan, menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi individu, bisnis, hingga pemerintah. Di antara berbagai kelompok demografi, Generasi Z mewakili kohort yang unik dengan kecakapan digitalnya. Namun, temuan kami mengungkapkan adanya kesenjangan pengetahuan yang signifikan mengenai kripto di kalangan mereka. Kami mengidentifikasi beberapa alasan di balik defisit pengetahuan ini dan mengusulkan strategi edukasi untuk membekali mereka menghadapi kompleksitas serta potensi manfaat kripto.

Implikasi Teoritis

Temuan kami memperkuat dan memperluas prinsip Teori Pemrosesan Informasi dalam konteks pengetahuan kripto. Kami memperdalam pemahaman tentang perilaku konsumen dengan menerapkan teori ini pada bidang pemanfaatan kripto—sebuah lanskap keuangan yang relatif baru namun berkembang pesat.

Bagi Generasi Z, cara mereka memahami dan menafsirkan informasi spesifik kripto berdampak mendalam pada keputusan pembelian mereka. Selain itu, keluasan pengetahuan, kredibilitas informasi, dan saluran perolehan informasi menjadi faktor penentu dalam keterlibatan mereka. Penemuan kritis studi ini adalah adanya keragaman pengetahuan; meskipun dikenal sebagai kreator konten yang aktif, sebagian besar Gen Z tetap tidak terinformasi secara akurat tentang kripto. Misinformasi yang berasal dari sumber non-ahli seperti komunitas media sosial cenderung memicu ketidakpercayaan dan memperbesar persepsi risiko di mata mereka.

Implikasi Manajerial

Perusahaan di sektor kripto yang ingin menggaet Gen Z harus menyadari pentingnya sumber daya edukasi yang luas dan presisi. Platform kripto harus fokus pada:

- Program Edukasi: Melawan misinformasi melalui kemitraan dengan profesional keuangan untuk menciptakan modul e-learning, webinar, dan konten interaktif.
- Membangun Kepercayaan: Mengedepankan transparansi operasional dan mekanisme keamanan yang kuat.
- Optimalisasi Media Sosial: Menggunakan platform seperti Robinhood bukan sekadar untuk promosi, tetapi sebagai alat edukasi untuk menepis mitos umum melalui sesi Tanya Jawab (Q&A) bersama ahli.

Rekomendasi bagi Praktisi yang Menargetkan Generasi Z

1. Ketidacukupan Media Sosial: Bergantung pada media sosial saja tidak cukup. Informasi di YouTube sering kali simpang siur, sehingga diperlukan sumber edukasi yang lebih terstruktur.
2. Pendekatan Hati-hati karena Implikasi Finansial: Gen Z cenderung menghindari risiko (risk-averse) karena menyaksikan krisis 2008 dan pandemi COVID-19. Pesan pemasaran harus berfokus pada pembangunan jaminan nilai aset, sebaiknya berasal dari penyedia likuiditas kripto langsung.
3. Membangun Kepercayaan melalui Platform Broker: Platform seperti Robinhood berpeluang menjadi pionir edukasi dengan menyajikan kripto sebagai aset keuangan yang sah, bukan sekadar instrumen spekulasi atau skema piramida.
4. Kekhawatiran Regulasi: Kurangnya pengawasan ketat memicu ketidakpercayaan. Advokasi terhadap regulasi yang bertanggung jawab akan meningkatkan kredibilitas platform di mata Gen Z.

5. Evolusi Kripto: Penting untuk mengedukasi bahwa tidak semua kripto akan bertahan. Hanya aset yang memberikan nilai riil yang akan tetap dipercaya publik.
6. Memanfaatkan Potensi Gen Z: Platform yang gagal melibatkan generasi ini berisiko kehilangan audiens berharga yang akan mendorong pertumbuhan pasar di masa depan.
7. Praktik Etis: Edukasi harus dipandu oleh etika. Segala bentuk praktik eksploitatif terhadap keuangan kaum muda harus dilarang keras; fokus utama harus pada pemberdayaan pengguna.
8. Pendekatan Edukasi ala Coinbase: Menggunakan video pendek dan kuis (seperti yang dilakukan Coinbase) efektif untuk membedah kerumitan kripto dan membangun reputasi platform yang transparan.

KESIMPULAN

Meskipun terdapat hambatan seperti masalah keamanan, kerumitan pajak, dan volatilitas, prospek adopsi kripto tetap menjanjikan, terutama di pasar berkembang seperti Indonesia. Kunci pertumbuhan yang sehat terletak pada edukasi untuk menutup celah pengetahuan dan regulasi untuk melindungi investor dari perilaku berisiko tinggi yang menyerupai perjudian.

Minimnya pengetahuan di kalangan Generasi Z mengenai mata uang kripto adalah masalah mendesak yang membutuhkan perhatian serius. Platform pertukaran seperti Robinhood, Coinbase, dan Binance memiliki peluang unik untuk menjadi pemimpin dalam edukasi kripto yang andal dan terstruktur.

Mata uang kripto adalah "uang masa depan" di pasar global, dan keterlibatan serta pemahaman Generasi Z akan membentuk arah industri transformatif ini. Data kami mendukung gagasan bahwa pengetahuan kripto berpengaruh langsung terhadap perilaku pembelian. Mereka yang benar-benar berinvestasi memiliki pola pencarian informasi yang berbeda; mereka aktif mencari pengetahuan dari para ahli, sementara mereka yang belum berinvestasi cenderung terjebak dalam arus informasi media sosial yang berisiko menyebarkan misinformasi.

Seiring kedewasaan Generasi Z dan meningkatnya kekuatan ekonomi mereka, karakteristik unik mereka yang dibentuk oleh teknologi dan peristiwa global akan membawa implikasi mendalam bagi lanskap keuangan dan kebangkitan aset digital dunia.

DAFTAR PUSAKA

- Al-Amri, R., Zakaria, N. H., Habidin, N. F., & Ahmad, N. (2019). The influence of cryptocurrency adoption on consumer behavior: A systematic literature review. *Journal of Information Systems Research and Innovation*, 13(2), 25–35.
- Anaza, N. A., Anaza, R. K., & Nowlin, E. L. (2022). Cryptocurrencies: The future of marketplace cash. *Journal of Business Research*, 141, 230–245.
- Anaza, N. A., et al. (2023). Navigating Cryptocurrency Knowledge: Unlocking Generation Z Perceptions and Behaviour. In *Consumer Behavior in the Digital Era*. De Gruyter.
- Arias-Oliva, M., Pelegrín-Borondo, J., & Matos-Bueno, G. (2019). Happiness and cryptocurrency adoption: Theoretical model and empirical exploration. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(23), 4715.
- Belk, R., Fischer, E., & Kozinets, R. V. (2015). *Qualitative Consumer and Marketing Research*. SAGE Publications.
- Braun, V., Clarke, V., Boulton, E., Davey, L., & McEvoy, C. (2021). The online survey as a qualitative research tool. *International Journal of Social Research Methodology*, 24(6), 641–654.
- Çeliköz, N., Erişen, Y., & Şahin, M. (2019). Cognitive learning theories with emphasis on

- information processing model. *International Journal of Progressive Education*, 15(3), 273–291.
- Doblas, K. (2019). Investigating the factors influencing the intention to use cryptocurrency as a payment method. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(6), 80–90.
- Fujiki, H. (2020). Who adopts crypto-assets in Japan? Evidence from the 2019 financial literacy survey. *Journal of the Japanese and International Economies*, 58, 101107.
- Kahneman, D., & Riepe, M. W. (1998). Aspects of investor psychology. *The Journal of Portfolio Management*, 24(4), 52–71.
- Kumari, P. (2020). Financial literacy and its influence on investment decisions of Generation Z. *International Journal of Management*, 11(6), 450–460.
- Lusardi, A., & Tufano, P. (2015). Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. *Journal of Pension Economics & Finance*, 14(4), 332–368.
- Mandell, L., & Klein, L. S. (200