

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen Z terhadap Pemilihan Investasi di Cryptocurrency

Edward Octarian Witanto¹, Kristyana Dananti²

Universitas Kristen Teknologi Solo, Indonesia

fileedward03@gmail.com

Submitted: 17th July 2026 | **Edited:** 15th August 2026 | **Issued:** 01st September 2026

Cited on: Witanto, E. O., & Dananti, K. (2026). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen Z terhadap Pemilihan Investasi di Cryptocurrency. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 6(3), 1742-1754.

ABSTRACT

The growing popularity of cryptocurrency among Generation Z has become an important phenomenon in Indonesia's digital financial ecosystem. Despite increasing participation, investment decisions are often influenced by social media exposure and limited financial literacy, creating challenges in understanding the risks associated with digital assets. This study aims to explore the factors influencing Generation Z's interest in cryptocurrency investment in Surakarta, Indonesia. A descriptive qualitative approach was employed involving ten Generation Z participants selected through purposive and snowball sampling until data saturation was achieved. Data were collected through semi-structured interviews, observation, and documentation, and analyzed using thematic analysis. The findings indicate that Generation Z's interest in cryptocurrency is shaped by four interconnected factors: financial motivation, social media exposure, peer and community influence, and curiosity about blockchain technology. Financial motivation emerged as the strongest driver, while differences in digital financial literacy affected how participants evaluated investment risks and opportunities. Individuals with higher financial literacy tended to make more informed decisions, whereas others were more susceptible to trends and Fear of Missing Out (FOMO). This study provides a deeper qualitative understanding of how economic, social, technological, and psychological factors interact in shaping cryptocurrency investment interest among Generation Z.

Keywords: Cryptocurrency, Generation Z, Investment Interest, Social Media, Financial Literacy

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aktivitas ekonomi, termasuk cara masyarakat melakukan investasi melalui hadirnya cryptocurrency sebagai aset digital berbasis teknologi blockchain. Menurut Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti, 2023), jumlah investor aset kripto di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir dan didominasi oleh kelompok usia muda. Sejalan dengan itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024) menjelaskan bahwa transformasi keuangan digital telah memperluas akses masyarakat terhadap berbagai instrumen investasi berbasis teknologi. Kondisi tersebut menunjukkan

bahwa cryptocurrency telah berkembang tidak hanya sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai salah satu alternatif investasi yang semakin diminati. Meskipun demikian, karakteristik aset kripto yang memiliki volatilitas tinggi menyebabkan setiap keputusan investasi memerlukan pemahaman yang memadai mengenai manfaat, risiko, dan mekanisme perdagangan agar investor mampu mengambil keputusan secara rasional. Hasanah dan Ramadhani (2022) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku investasi aset kripto, sedangkan Mhlanga (2022) menegaskan bahwa perkembangan investasi cryptocurrency tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh kesiapan individu dalam memahami teknologi digital.

Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh bersama perkembangan internet, media sosial, dan teknologi digital sehingga memiliki karakteristik sebagai digital native yang relatif cepat beradaptasi terhadap berbagai inovasi teknologi. Menurut Prasetyo dan Putri (2022), kemudahan memperoleh informasi melalui platform digital mendorong Generasi Z lebih terbuka terhadap berbagai instrumen investasi modern, termasuk cryptocurrency. Chen dan Wang (2021) menjelaskan bahwa motivasi investasi pada aset kripto tidak hanya didorong oleh harapan memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga oleh rasa ingin tahu terhadap teknologi dan pengalaman berinteraksi dalam komunitas digital. Sementara itu, Nurhadi dan Siregar (2023) menemukan bahwa media sosial, rekomendasi teman sebaya, serta persepsi terhadap potensi keuntungan menjadi faktor yang memengaruhi minat investasi di kalangan generasi muda. Di sisi lain, Akram et al. (2021) mengungkapkan bahwa tingginya intensitas penggunaan media sosial juga dapat memunculkan fenomena Fear of Missing Out (FOMO), yaitu kecenderungan individu mengambil keputusan investasi secara impulsif karena tidak ingin tertinggal dari tren yang sedang berkembang. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku investasi cryptocurrency pada Generasi Z merupakan hasil interaksi antara faktor ekonomi, sosial, psikologis, dan teknologi.

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas faktor-faktor yang memengaruhi adopsi maupun keputusan investasi cryptocurrency. Hasanah dan Ramadhani (2022) lebih menitikberatkan pada pengaruh perilaku keuangan terhadap investasi aset kripto, sedangkan Nurhadi dan Siregar (2023) mengkaji faktor psikologis dalam keputusan investasi mahasiswa. Pada tingkat internasional, Chen dan Wang (2021) meneliti

motivasi investor cryptocurrency melalui analisis komunitas digital, sementara Mhlanga (2022) memfokuskan kajiannya pada prospek adopsi cryptocurrency di negara berkembang. Meskipun memberikan kontribusi yang penting, sebagian besar penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga lebih menekankan hubungan antarvariabel dibandingkan pemahaman mendalam mengenai pengalaman dan proses pengambilan keputusan investor. Selain itu, penelitian kualitatif yang secara khusus mengeksplorasi persepsi, pengalaman, dan motivasi Generasi Z terhadap investasi cryptocurrency di Indonesia, khususnya di wilayah Surakarta, masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu diisi melalui pendekatan kualitatif agar dinamika perilaku investasi Generasi Z dapat dipahami secara lebih komprehensif.

Untuk menjelaskan fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan integrasi Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), Diffusion of Innovation Theory yang diperkenalkan oleh Rogers (2003), serta konsep Financial Behavior sebagai kerangka konseptual. Technology Acceptance Model menjelaskan bahwa persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi berpengaruh terhadap penerimaan suatu inovasi, sedangkan Diffusion of Innovation Theory menjelaskan proses penyebaran inovasi dari tahap pengenalan hingga adopsi. Di sisi lain, konsep financial behavior memberikan pemahaman bahwa keputusan investasi dipengaruhi oleh kombinasi faktor rasional, psikologis, dan lingkungan sosial. Integrasi ketiga perspektif tersebut diharapkan mampu memberikan penjelasan yang lebih utuh mengenai bagaimana faktor ekonomi, teknologi, media sosial, komunitas digital, serta literasi keuangan membentuk ketertarikan Generasi Z terhadap investasi cryptocurrency.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi ketertarikan Generasi Z terhadap investasi cryptocurrency di wilayah Surakarta melalui pendekatan kualitatif. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih berorientasi pada pengujian hubungan antarvariabel, penelitian ini berupaya menggali pengalaman, persepsi, dan proses pengambilan keputusan informan secara lebih mendalam sehingga mampu memberikan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai perilaku investasi aset kripto pada Generasi Z. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya kajian mengenai perilaku investasi digital dari perspektif akademik, tetapi juga memberikan masukan bagi pemerintah, regulator, lembaga pendidikan, dan penyedia

layanan aset kripto dalam merancang program literasi keuangan digital yang lebih efektif bagi generasi muda.

LANDASAN TEORI

Cryptocurrency

Cryptocurrency merupakan aset digital yang memanfaatkan teknologi blockchain untuk mencatat seluruh transaksi secara terdesentralisasi tanpa melibatkan otoritas pusat. Nakamoto (2008) memperkenalkan konsep tersebut melalui Bitcoin sebagai sistem pembayaran elektronik berbasis peer-to-peer yang mengedepankan transparansi, keamanan, dan efisiensi transaksi. Seiring perkembangan teknologi finansial, fungsi cryptocurrency tidak lagi terbatas sebagai alat pembayaran, tetapi berkembang menjadi instrumen investasi, penyimpan nilai (*store of value*), serta bagian dari ekosistem keuangan digital yang mencakup *decentralized finance* (DeFi), *smart contract*, dan aset digital berbasis token.

Perkembangan tersebut didukung oleh berbagai penelitian terbaru. Menurut Corbet et al. (2020), cryptocurrency telah berkembang menjadi salah satu aset alternatif yang dipengaruhi oleh dinamika pasar keuangan global, perkembangan teknologi, dan perilaku investor. Selain itu, Ante (2021) menjelaskan bahwa meningkatnya adopsi aset kripto dipengaruhi oleh kemudahan akses platform perdagangan digital, meningkatnya kepercayaan terhadap teknologi blockchain, serta bertambahnya partisipasi investor ritel. Dengan demikian, cryptocurrency tidak hanya dipandang sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai instrumen investasi yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi, teknologi, regulasi, dan perilaku pengguna.

Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh pada era digital sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya dalam mengakses informasi, berinteraksi, maupun mengambil keputusan. Kemampuan beradaptasi terhadap teknologi menjadikan Generasi Z lebih terbuka terhadap berbagai inovasi digital, termasuk penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi dan investasi cryptocurrency.

Menurut Djafarova dan Bowes (2021), Generasi Z cenderung menjadikan media digital sebagai sumber utama informasi dalam membangun persepsi terhadap suatu

produk atau layanan. Hal yang sama dikemukakan oleh Bilan et al. (2022), yang menyatakan bahwa keputusan finansial generasi muda semakin dipengaruhi oleh kemudahan memperoleh informasi, pengalaman pengguna lain, serta interaksi dalam komunitas digital. Karakteristik tersebut menyebabkan perilaku investasi Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, tetapi juga oleh faktor sosial, psikologis, dan perkembangan teknologi yang melingkupinya.

Perilaku Konsumen Digital dan Peran Media Sosial

Perkembangan media sosial telah mengubah pola perilaku konsumen dalam mencari informasi dan mengambil keputusan investasi. Platform digital memungkinkan penyebaran informasi berlangsung sangat cepat sehingga membentuk persepsi dan preferensi individu terhadap suatu instrumen investasi. Menurut Appel et al. (2020), media sosial telah berkembang menjadi ruang pertukaran informasi yang mampu memengaruhi perilaku konsumen melalui interaksi antar pengguna maupun konten yang dibagikan oleh influencer.

Dalam konteks investasi cryptocurrency, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran, pertukaran pengalaman, dan pembentukan kepercayaan. Namun demikian, paparan informasi yang berlebihan berpotensi menimbulkan perilaku investasi yang kurang rasional. Aboelmaged (2021) menjelaskan bahwa keputusan investasi digital sering kali dipengaruhi oleh persepsi sosial, tekanan kelompok, dan kecenderungan mengikuti tren yang berkembang di lingkungan digital. Oleh karena itu, media sosial menjadi salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menjelaskan perilaku investasi Generasi Z.

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use. Kedua konstruk tersebut menentukan sikap individu dalam menerima serta menggunakan suatu teknologi baru.

Perkembangan penelitian menunjukkan bahwa TAM masih menjadi salah satu model yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan adopsi teknologi digital, termasuk layanan keuangan berbasis teknologi. Menurut Marangunić dan Granić (2021), berbagai penelitian kontemporer membuktikan bahwa persepsi terhadap manfaat dan

kemudahan penggunaan tetap menjadi faktor dominan dalam menjelaskan penerimaan teknologi pada berbagai konteks, termasuk layanan finansial digital. Dalam penelitian ini, TAM digunakan untuk menjelaskan bagaimana persepsi Generasi Z terhadap manfaat investasi cryptocurrency dan kemudahan penggunaan platform perdagangan digital memengaruhi ketertarikan mereka untuk berinvestasi.

Diffusion of Innovation Theory (DoI)

Diffusion of Innovation Theory yang dikembangkan Rogers (2003) menjelaskan bahwa suatu inovasi diterima masyarakat melalui tahapan knowledge, persuasion, decision, implementation, dan confirmation. Teori ini menekankan bahwa proses adopsi teknologi dipengaruhi oleh karakteristik inovasi, saluran komunikasi, lingkungan sosial, dan karakteristik individu.

Relevansi teori tersebut masih diperkuat oleh penelitian terbaru. Oliveira et al. (2021) menjelaskan bahwa keberhasilan adopsi inovasi digital dipengaruhi oleh kemudahan memperoleh informasi, tingkat kepercayaan terhadap teknologi, serta dukungan lingkungan sosial. Dalam konteks cryptocurrency, proses adopsi tidak terjadi secara instan, melainkan diawali dari pengenalan melalui media digital, munculnya ketertarikan, evaluasi manfaat dan risiko, hingga keputusan untuk melakukan investasi.

Financial Behavior dan Sintesis Kerangka Teoretis

Financial behavior menggambarkan bagaimana individu mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan berdasarkan pengetahuan, pengalaman, kondisi psikologis, serta pengaruh lingkungan sosial. Menurut Xiao dan Porto (2022), perilaku keuangan dipengaruhi oleh interaksi antara literasi keuangan, sikap terhadap risiko, kondisi emosional, dan pengalaman individu dalam mengelola aset keuangan. Pada era digital, perilaku tersebut semakin dipengaruhi oleh kemudahan memperoleh informasi melalui media sosial dan komunitas daring.

Berdasarkan berbagai teori tersebut, penelitian ini memandang bahwa ketertarikan Generasi Z terhadap cryptocurrency merupakan hasil interaksi beberapa faktor yang saling berkaitan. Technology Acceptance Model menjelaskan penerimaan terhadap teknologi investasi digital, Diffusion of Innovation Theory menggambarkan proses penyebaran dan adopsi cryptocurrency, sedangkan Financial Behavior menjelaskan bagaimana karakteristik individu, literasi keuangan, serta faktor psikologis memengaruhi keputusan investasi. Integrasi ketiga perspektif tersebut menjadi dasar konseptual

penelitian dalam menjelaskan bahwa minat Generasi Z terhadap cryptocurrency tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh hubungan antara faktor ekonomi, teknologi, sosial, dan psikologis yang bekerja secara simultan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi ketertarikan Generasi Z terhadap investasi cryptocurrency di wilayah Surakarta. Menurut Busetto et al. (2020), pendekatan kualitatif sesuai digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan makna yang dibangun oleh individu terhadap suatu fenomena sosial. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu Generasi Z yang memiliki pengetahuan atau pengalaman mengenai investasi cryptocurrency. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, yaitu termasuk dalam kategori Generasi Z, mengenal atau pernah berinvestasi pada aset kripto, serta bersedia menjadi informan penelitian. Selanjutnya, proses penentuan informan dikembangkan melalui teknik snowball sampling hingga mencapai saturasi data (data saturation), yaitu kondisi ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak lagi menghasilkan tema baru sebagaimana dijelaskan oleh Stahl dan King (2020). Berdasarkan proses tersebut, penelitian ini melibatkan sepuluh informan sebagai sumber data utama. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi dengan peneliti sebagai instrumen utama penelitian. Untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian, dilakukan triangulasi teknik dengan membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga informasi yang dihasilkan dapat saling menguatkan.

Analisis data dilakukan menggunakan thematic analysis yang menurut Braun dan Clarke (2021) merupakan metode yang efektif untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menginterpretasikan pola makna dari data kualitatif. Tahapan analisis dimulai dari proses transkripsi hasil wawancara, pemberian kode (coding), pengelompokan kode ke dalam tema-tema utama, interpretasi setiap tema berdasarkan kerangka teori yang digunakan, hingga penyusunan narasi hasil penelitian secara sistematis. Selama proses analisis, peneliti melakukan penelaahan secara berulang terhadap data untuk memastikan konsistensi antar tema serta memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai

hubungan antara faktor ekonomi, sosial, teknologi, dan literasi keuangan dalam membentuk ketertarikan Generasi Z terhadap investasi cryptocurrency. Sebagaimana dikemukakan oleh Kyngäs et al. (2020), proses analisis yang dilakukan secara sistematis mampu meningkatkan kualitas interpretasi serta memperkuat keabsahan temuan penelitian. Seluruh tahapan penelitian juga dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian melalui penyampaian tujuan penelitian kepada setiap informan, pemberian persetujuan secara sukarela (informed consent), menjaga kerahasiaan identitas informan dengan menggunakan kode tertentu, serta memastikan bahwa seluruh data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara terhadap sepuluh informan menunjukkan bahwa ketertarikan Generasi Z terhadap investasi cryptocurrency dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu motivasi memperoleh keuntungan finansial, pengaruh media sosial, pengaruh teman sebaya dan komunitas digital, serta ketertarikan terhadap perkembangan teknologi blockchain. Sebagian besar informan mengenal cryptocurrency melalui media sosial seperti TikTok, Instagram, YouTube, Telegram, dan Twitter (X), sedangkan informan lainnya memperoleh informasi dari teman maupun komunitas investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa media digital menjadi pintu masuk utama bagi Generasi Z dalam mengenal sekaligus membangun persepsi terhadap investasi aset kripto. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Chen dan Wang (2021) yang menyatakan bahwa komunitas digital berperan penting dalam membentuk motivasi investor cryptocurrency. Demikian pula, Prasetyo dan Putri (2022) menjelaskan bahwa media digital telah menjadi sumber informasi utama bagi Generasi Z dalam memperoleh pengetahuan mengenai investasi. Selain itu, sebagian besar informan memandang cryptocurrency sebagai instrumen investasi yang menawarkan peluang keuntungan lebih tinggi dibandingkan instrumen investasi konvensional. Temuan ini mendukung penelitian Mhlanga (2022) yang menyimpulkan bahwa ekspektasi terhadap potensi return merupakan salah satu faktor dominan yang mendorong meningkatnya minat masyarakat terhadap investasi aset kripto.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keputusan investasi Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, tetapi juga oleh interaksi antara lingkungan

sosial, perkembangan teknologi, dan tingkat literasi keuangan. Rekomendasi dari teman, pengalaman anggota komunitas, serta kemudahan memperoleh informasi melalui media sosial meningkatkan kepercayaan informan untuk mulai berinvestasi, meskipun beberapa di antaranya mengakui pernah terdorong mengikuti tren yang sedang berkembang. Kondisi tersebut selaras dengan temuan Akram et al. (2021) yang menjelaskan bahwa paparan informasi di media sosial dapat memunculkan fenomena Fear of Missing Out (FOMO) sehingga memengaruhi perilaku investasi seseorang. Di sisi lain, informan yang memiliki literasi keuangan lebih baik cenderung melakukan analisis terhadap risiko, volatilitas harga, dan tujuan investasi sebelum mengambil keputusan, sedangkan informan dengan tingkat literasi yang lebih rendah lebih mudah dipengaruhi oleh opini publik maupun tren digital. Hasil penelitian ini memperkuat temuan Bilan et al. (2022) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan generasi muda dipengaruhi oleh kombinasi literasi keuangan, perkembangan teknologi, dan lingkungan sosial. Dengan demikian, ketertarikan Generasi Z terhadap investasi cryptocurrency merupakan hasil interaksi berbagai faktor ekonomi, sosial, psikologis, dan teknologi yang saling memengaruhi dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketertarikan Generasi Z terhadap investasi cryptocurrency terbentuk melalui interaksi antara persepsi terhadap manfaat teknologi, pengaruh lingkungan sosial, dan kemampuan individu dalam mengelola informasi keuangan. Temuan ini memperkuat Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), di mana persepsi terhadap manfaat (perceived usefulness) dan kemudahan penggunaan (perceived ease of use) menjadi faktor utama dalam penerimaan suatu teknologi. Dalam penelitian ini, kemudahan mengakses platform perdagangan aset kripto serta tersedianya berbagai sumber informasi melalui media digital mendorong Generasi Z untuk mengenal dan mencoba investasi cryptocurrency. Hasil tersebut konsisten dengan kajian Marangunić dan Granić (2021) yang menyatakan bahwa TAM masih relevan dalam menjelaskan adopsi teknologi digital, termasuk layanan keuangan berbasis teknologi. Namun demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik platform, tetapi juga oleh pengaruh media sosial dan komunitas digital yang membentuk persepsi serta

meningkatkan kepercayaan calon investor. Temuan ini memberikan perluasan terhadap penerapan TAM dalam konteks investasi aset digital, khususnya pada kelompok Gen-Z.

Temuan penelitian juga mendukung Diffusion of Innovation Theory (DoI) yang diperkenalkan oleh Rogers (2003). Proses adopsi cryptocurrency diawali dengan diperolehnya informasi melalui media sosial, dilanjutkan dengan diskusi bersama teman atau komunitas, kemudian diikuti evaluasi terhadap manfaat dan risiko sebelum informan memutuskan untuk berinvestasi. Pola tersebut menunjukkan bahwa penyebaran informasi dan interaksi sosial berperan penting dalam mempercepat proses adopsi inovasi. Di sisi lain, penelitian ini memperlihatkan bahwa keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh proses adopsi teknologi, tetapi juga oleh financial behavior yang tercermin dari tingkat literasi keuangan dan kemampuan mengelola risiko. Informan yang memiliki literasi keuangan lebih baik cenderung melakukan analisis terhadap volatilitas harga dan tujuan investasi, sedangkan informan dengan literasi yang lebih rendah lebih mudah dipengaruhi oleh tren dan opini yang berkembang di media sosial. Hasil ini sejalan dengan penelitian Xiao dan Porto (2022) yang menjelaskan bahwa perilaku keuangan dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, serta kemampuan individu dalam mengelola risiko keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan bahwa ketertarikan Generasi Z terhadap investasi cryptocurrency merupakan hasil interaksi antara faktor teknologi, lingkungan sosial, motivasi ekonomi, dan literasi keuangan. Temuan tersebut menjadi kontribusi penelitian dengan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proses terbentuknya minat investasi aset kripto melalui integrasi perspektif Technology Acceptance Model, Diffusion of Innovation Theory, dan Financial Behavior, yang masih relatif jarang dikaji secara bersamaan dalam penelitian kualitatif di Indonesia.

Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketertarikan Generasi Z terhadap investasi cryptocurrency tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga oleh kemudahan akses teknologi, pengaruh media sosial, lingkungan pertemanan, serta tingkat literasi keuangan. Temuan tersebut memberikan implikasi teoritis bahwa integrasi Technology Acceptance Model (TAM), Diffusion of Innovation Theory (DoI), dan Financial Behavior mampu menjelaskan perilaku investasi aset digital secara lebih komprehensif dibandingkan penggunaan satu pendekatan teori secara terpisah. Melalui integrasi tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan

investasi Generasi Z merupakan hasil interaksi antara persepsi terhadap teknologi, proses adopsi inovasi, serta kemampuan individu dalam memahami dan mengelola risiko keuangan. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya kajian mengenai perilaku investasi digital, khususnya pada konteks investasi cryptocurrency di kalangan Generasi Z di Indonesia.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan masukan bagi pemerintah dan regulator untuk memperkuat program literasi keuangan digital yang tidak hanya berfokus pada pengenalan aset kripto, tetapi juga pada pemahaman mengenai risiko investasi dan pengambilan keputusan yang rasional. Bagi lembaga pendidikan, temuan ini dapat menjadi dasar dalam mengembangkan materi pembelajaran mengenai investasi digital dan literasi keuangan sejak jenjang pendidikan tinggi. Sementara itu, bagi penyedia layanan perdagangan aset kripto, hasil penelitian menunjukkan pentingnya menyediakan informasi yang akurat, transparan, dan mudah dipahami agar calon investor, khususnya Generasi Z, mampu mengambil keputusan investasi berdasarkan analisis yang memadai, bukan semata-mata mengikuti tren yang berkembang di media sosial. Oleh karena itu, sinergi antara regulator, institusi pendidikan, dan pelaku industri diperlukan untuk membangun ekosistem investasi digital yang lebih aman, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketertarikan Generasi Z terhadap investasi cryptocurrency merupakan fenomena yang dibentuk oleh interaksi antara perkembangan teknologi digital, lingkungan sosial, motivasi ekonomi, dan tingkat literasi keuangan, sehingga keputusan investasi tidak dapat dipahami hanya melalui satu faktor atau satu perspektif teori. Temuan ini memberikan makna bahwa perilaku investasi aset digital pada Generasi Z merupakan proses adaptasi terhadap transformasi ekosistem keuangan digital yang dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memanfaatkan informasi, mengevaluasi risiko, dan merespons inovasi teknologi secara rasional. Kontribusi penelitian ini terletak pada penyajian pemahaman yang lebih komprehensif melalui integrasi Technology Acceptance Model (TAM), Diffusion of Innovation Theory (DoI), dan Financial Behavior dalam menjelaskan ketertarikan Generasi Z terhadap cryptocurrency melalui pendekatan kualitatif, sehingga melengkapi penelitian terdahulu

yang umumnya masih berorientasi pada pengujian hubungan antarvariabel secara kuantitatif. Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan literasi keuangan digital, edukasi mengenai risiko investasi, serta penyediaan informasi yang kredibel oleh regulator, institusi pendidikan, dan pelaku industri agar peningkatan partisipasi Generasi Z dalam investasi aset digital diikuti oleh pengambilan keputusan yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M. G. (2021). E-learning adoption in higher education: The role of technology acceptance and social influence. *Education and Information Technologies*, 26(4), 3755-3776.
- Akram, U., Junaid, M., Zafar, A. U., Li, Z., & Fan, M. (2021). Online impulse buying during the COVID-19 pandemic: The role of social media and fear of missing out. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64.
- Alshamsi, A., & Andras, P. (2019). Cryptocurrency adoption: A behavioral approach. *Electronic Commerce Research and Applications*, 38.
- Ante, L. (2021). Smart contracts on the blockchain: A bibliometric analysis and review. *Financial Innovation*, 7(1), 1-18.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79-95.
- Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. (2023). *Laporan perkembangan perdagangan aset kripto di Indonesia*. Bappebti.
- Bilan, Y., Mishchuk, H., Samoliuk, N., & Yurchyk, H. (2022). Financial literacy and digital behaviour among young adults. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(9).
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. Sage Publications.
- Busetto, L., Wick, W., & Gumbinger, C. (2020). How to use and assess qualitative research methods. *Neurological Research and Practice*, 2(14).
- Chen, C.-C., & Wang, Y. (2021). Understanding the motivations of cryptocurrency investors: Evidence from Reddit. *Finance Research Letters*, 38.
- Corbet, S., Hou, Y., Hu, Y., Lucey, B., & Oxley, L. (2020). Cryptocurrency liquidity and volatility interrelationships during the COVID-19 pandemic. *Finance Research Letters*, 37.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Djafarova, E., & Bowes, T. (2021). Instagram made me buy it: Generation Z impulse purchases in fashion industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59.
- Hasanah, U., & Ramadhani, A. (2022). Perilaku keuangan Generasi Z dalam investasi aset kripto. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 223-236.
- Kyngäs, H., Mikkonen, K., & Kääriäinen, M. (2020). *The Application of Content Analysis in Nursing Science Research*. Springer.
- Marangunić, N., & Granić, A. (2021). Technology Acceptance Model: A literature review from 1986 to 2020. *Universal Access in the Information Society*, 20(4), 987-1007.

- Mhlanga, D. (2022). The adoption of cryptocurrencies in Africa: Issues and prospects. *Journal of Financial Innovation*, 8(2), 44-61.
- Nurhadi, D., & Siregar, H. (2023). Analisis faktor psikologis terhadap investasi kripto di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 4(1), 71-83.
- Oliveira, T., Tam, C., & Xu, T. (2021). Factors influencing the adoption of digital technologies: An innovation diffusion perspective. *Information Systems Frontiers*, 23(6), 1489-1505.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Perkembangan fintech dan aset kripto di Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Prasetyo, H., & Putri, A. (2022). Persepsi Generasi Z terhadap investasi digital: Studi kualitatif. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 7(2), 101-115.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Stahl, N. A., & King, J. R. (2020). Expanding approaches for research: Understanding and using trustworthiness in qualitative research. *Journal of Developmental Education*, 44(1), 26-28.
- Xiao, J. J., & Porto, N. (2022). Financial capability and consumer financial behaviour: Recent developments and future directions. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 1013-1030.