

PERILAKU INVESTOR DALAM BERINVESTASI CRYPTOCURRENCY DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

Eka Rendi Winata

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul

Email: ekarendiwinata@student.esaunggul.ac.id

Abstract

Investment is a word we hear a lot these days. Actually, for investment there are many kinds, there are cryptocurrencies, stocks, mutual funds etc. However, in this study, the investment that is focused on is cryptocurrency. From the big cities in Indonesia, we can be seen and studied what factors influence investors in investing. To find out more, this research was carried out using the TAM method. With factors such as perceived ease of use, perceived benefits, consumer knowledge and innovation provided, can this investor finally invest in cryptocurrency.

Keywords: *Cryptocurrency, investasi, TAM.*

Abstrak

Investasi adalah kata yang sering kita dengar beberapa waktu ini. Sebenarnya untuk investasi ada banyak macamnya, ada cryptocurrency, saham, reksadana dll. Namun dalam penelitian kali ini investasi yang di fokuskan adalah cryptocurrency. Dari kota-kota besar yang ada di Indonesia nanti dapat dilihat dan dipelajari faktor apa saja yang mempengaruhi investor dalam berinvestasi. Untuk mengetahuinya lebih lanjut maka dilakukan lah penelitian ini dengan menggunakan metode TAM. Dengan faktor-faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, pengetahuan konsumen serta inovasi yang diberikan apakah dapat membuat si investor ini akhirnya berinvestasi di cryptocurrency.

Keywords: Cryptocurrency, investasi, TAM

PENDAHULUAN

Berawal dari 2009 terdapat seseorang atau sekelompok orang bernama Satoshi Nakamoto yang pertama kali menemukan atau menciptakan mata uang yang bernama Bitcoin. Bitcoin hadir sebagai alternatif pembayaran yang terdesentralisasi yaitu mata uang yang beredar tanpa diatur oleh bank sentral tidak seperti dollar, yen emas ataupun komoditas lainnya.

Proses perkembangan Cryptocurrency ini hari demi hari menjadi sangat menarik karena Cryptocurrency ini berkembang mengikuti perkembangan teknologi dari tiap jaman dan akan terus berkembang seiring berjalannya waktu. Jika ditilas dari kemunculannya pertama kali hingga sekarang ini perkembangan Cryptocurrency di dunia ini sudah begitu pesat. Berawal dari tujuannya yang menggantikan uang konvensional hingga saat ini sudah memiliki akun elektronik (e-wallet) ataupun hardware wallet.

Dengan perkembangannya yang begitu pesat, ini menyebabkan banyak masyarakat yang menjadikan cryptocurrency sebagai instrumen investasi. Ada beberapa negara di dunia ini yang sudah melegalkan Cryptocurrency di negara mereka sebagai alat pembayaran yang sah, seperti jepang, rusia, kanada, uni eropa dan bahkan amerika. Mereka yang melegalkan

ini menganggap bahwa teknologi yang diusung oleh Cryptocurrency ini adalah sesuatu yang sangat dibutuhkan dan dapat di andalkan untuk mengatasinya.

Namun dibalik negara-negara yang sudah melegalkan Cryptocurrency juga terdapat negara-negara lain yang melarang cryptocurrency seperti di Indonesia. Sejak dikenal oleh masyarakat tahun 2013 silam, Bank Indonesia selaku pengendali sistem moneter yang ada di Indonesia ini mengeluarkan pernyataan bahwa “Cryptocurrency tidak dapat digunakan sebagai alat pembayaran yang sah di Indonesia” melalui siaran Pers nomor 20/4/DKom pada 13 Januari 2018. Namun ternyata hal ini tidak mempengaruhi para penggunanya untuk meninggalkan yang namanya Cryptocurrency. Pada tahun 2021 kemarin ini sekali lagi kita menyaksikan harga tertinggi baru yang diraih oleh Bitcoin yaitu sebesar 900 juta rupiah per satu bitcoinnya. Pada masa pandemi ini justru malah membuat semakin banyak orang yang berinvestasi di Cryptocurrency. Pada tahun sebelumnya yaitu tahun 2020 Kementerian Perdagangan Republik Indonesia Mencatat bahwa ada sedikitnya 4 juta orang yang berinvestasi di Cryptocurrency, namun setelah mengeluarkan data terbaru yakni pada bulan Mei 2021 kemarin ternyata pertumbuhan investor cryptocurrency ini sudah naik lebih dari 50% dari yang sebelumnya hanya 4 juta investor menjadi 6,5jt investor di Indonesia. Dan jumlah transaksi yang tercatat pun tumbuh setidaknya 5 kali lipat dari yang sebelumnya Rp 65 Triliun menjadi Rp 370 Triliun pada tahun 2021.

Sementara Cryptocurrency sebagai digital aset dalam fungsinya sebagai komoditas juga berkaitan dengan keputusan-keputusan BAPPEBTI (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi) mengingat cryptocurrency telah ditetapkan sebagai salah satu objek yang dapat diperdagangkan dalam bursa berjangka berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 99 Tahun 2018 tentang Kebijakan Umum Penyelenggaraan Perdagangan Aset Kripto atau Crypto Asset.

Diterangkan juga di Peraturan No. 5 tahun 2019 tentang ketentuan teknis penyelenggaraan pasar fisik aset kripto (crypto asset) di bursa berjangka yang diterbitkan. Dalam aturan ini dinyatakan aset kripto (crypto asset) yang selanjutnya disebut aset kripto adalah komoditi tidak berwujud yang berbentuk digital aset, menggunakan kriptografi, jaringan peer-to-peer, dan buku besar yang terdistribusi, untuk mengatur penciptaan unit baru, memverifikasi transaksi, dan mengamankan transaksi tanpa campur tangan pihak lain. Sementara pedagang fisik aset kripto adalah pihak yang telah memperoleh persetujuan dari kepala BAPPEBTI untuk melakukan transaksi aset kripto baik atas nama diri sendiri, dan/atau memfasilitasi transaksi pelanggan aset kripto. Pelanggan aset kripto adalah pihak yang menggunakan jasa pedagang aset kripto untuk membeli atau menjual aset kripto yang diperdagangkan di pasar fisik aset kripto.

Dengan memperlakukan cryptocurrency sebagai digital aset maka diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu instrumen investasi. Ditengah-tengah belum disetujuinya cryptocurrency sebagai alat pembayaran oleh pemerintah di Indonesia. Dalam menggunakan cryptocurrency sebagai instrumen investasi perlu juga melihat hal yang ditawarkan oleh

perusahaan penyedia jual beli aset digital cryptocurrency seperti manfaat, kemudahan penggunaan, pengetahuan konsumen dan Inovasi yang ditawarkan.

TINAJUAN PUSTAKA

Banyak dari para ahli yang memiliki pendapat berbeda tentang apa itu teknologi. Berbagai definisi tentang model TAM seperti yang dikemukakan oleh Davis et al (1993) dan Theory of Reasoned Action Model (TRA) yang dipaparkan oleh Fishbein dan Ajzen (1983) telah mendominasi berbagai literatur dalam sistem informasi.

Disebutkan bahwa pengaruh variable dalam model TAM dan TRA dipengaruhi oleh keinginan individu mengenai manfaat teknologi Lewis etal (2003). Penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai nilai yang Nampak dalam kelompok pengguna untuk menerapkan sistem teknologi informasi tersebut dalam pekerjaannya.

Kecanggihan serta kemodernan teknologi saat ini jika bisa di manfaatkan serta di gunakan dengan maksimal maka pasti akan menghasilkan manfaat yang baik untuk diri kita sendiri maupun masyarakat luas. Misalnya kita bisa menggunakan smartphone sebagai alat pembayaran, atau dompet yang berukuran seperti flashdisk sebagai alat penyimpanan asset kita sehingga kita dapat lebih mudah memantau setiap aktifitas yang kita lakukan.

Model-model penerimaan teknologi telah menggabungkan sikap terhadap apa yang dilakukan. Davis et al (1993) telah mengembangkan model yang menjelaskan perilaku individu dalam penerimaan teknologi informasi yang di namakan TAM. TAM ini dikembangkan berdasarkan teori psikologis yang menjelaskan perilaku penggunanya yang berawal dari kepercayaan, sikap, keinginan dan hubungan pengguna. Model ini terdapat dalam sikap tiap perilaku pengguna dan memiliki dua variabel yaitu kemudahan penggunaan dan kemanfaatan.

Model TAM juga bisa menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam beradaptasi dengan penggunaan teknologi informasi dan menggambarkan lebih jelas tentang penggunaan teknologi informasi yang di pengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahaan penggunaan, pengetahuan konsumen dan Inovasi.

METODE

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode eksplanatory research atau penelitian penjelasan. Metode pengambilan sampel pada survey ini memaki teknik nonprobability sampling, yang berarti teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis jalur/Path Analysis

Persamaan I



Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	20.201	.462		43.684	.000
	Persepsi Manfaat (X2)	.015	.015	.092	.978	.330

a. Dependent Variable: Kemudahan Penggunaan Cryptocurrency (X1)

Ho = tidak terdapat pengaruh variabel persepsi manfaat cryptocurrency terhadap variabel kemudahan penggunaan cryptocurrency

Ha = terdapat pengaruh positif dari variabel persepsi manfaat cryptocurrency terhadap variabel kemudahan penggunaan cryptocurrency

Dari hasil analisis pada tabel 5.4 diatas dapat diketahui nilai signya adalah sebesar 0,33 atau 33%, karena nilai sig lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak. Jadi terbukti tidak ada pengaruh positif dari variabel persepsi manfaat cryptocurrency terhadap variabel kemudahan penggunaan cryptocurrency.

Persamaan II

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.195	2.400		1.332	.186
	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	.165	.068	.186	2.441	.016
	Persepsi Manfaat (X2)	.014	.011	.101	1.328	.187
	Pengetahuan Konsumen (X3)	.669	.096	.532	6.958	.000

a. Dependent Variable: Keinginan (Z)

Ho = tidak terdapat pengaruh variabel persepsi manfaat cryptocurrency terhadap variabel kemudahan penggunaan cryptocurrency

Ha = terdapat pengaruh positif dari variabel persepsi manfaat cryptocurrency terhadap variabel kemudahan penggunaan cryptocurrency.

- Pengaruh variabel persepsi kemudahan penggunaan cryptocurrency terhadap keinginan berinvestasi di cryptocurrency.

Dari hasil analisis pada tabel 5.7 diatas dapat diketahui nilai signya adalah sebesar 0,016 atau sebesar 1.6%. Karena nilai sig lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga terdapat pengaruh positif dari variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi.

- Pengaruh variabel persepsi manfaat cryptocurrency terhadap keinginan berinvestasi di cryptocurrency

Dari hasil analisis data pada tabel 5.7 diatas dapat diketahui nilai signya adalah sebesar 0,187 atau sebesar 18,7%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh positif dari variabel persepsi manfaat terhadap keinginan berinvestasi di cryptocurrency.

- Pengaruh variabel pengetahuan konsumen terhadap keinginan berinvestasi di cryptocurrency

Dari hasil analisis data pada tabel 5.7 diatas dapat diketahui nilai signya adalah sebesar 0,000 atau sebesar 0%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga terdapat pengaruh positif dari variabel pengetahuan konsumen terhadap keinginan berinvestasi di cryptocurrency.

Persamaan III

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.886	2.499		4.3	.000
	Inovasi (X4)	.077	.126	.056	.61	.009
	Keinginan (Z)	.301	.096	.286	3.1	.002

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

H_0 = tidak terdapat pengaruh variabel inovasi cryptocurrency serta variabel keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi terhadap keputusan untuk investasi di cryptocurrency.

H_a = terdapat pengaruh variabel inovasi cryptocurrency serta variabel keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi terhadap keputusan untuk investasi di cryptocurrency.

- Pengaruh variabel inovasi cryptocurrency terhadap keputusan menggunakan cryptocurrency untuk investasi

Dari hasil analisis pada tabel 5.10 diatas dapat diketahui bahwa nilai sig untuk variabel inovasi cryptocurrency adalah sebesar 0.009 atau sebesar 0,9% maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga terdapat pengaruh positif dari variabel inovasi cryptocurrency terhadap keputusan menggunakan cryptocurrency untuk investasi

- Pengaruh variabel keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi terhadap keputusan menggunakan cryptocurrency untuk investasi

Dari hasil analisis pada tabel 5.10 diatas dapat diketahui bahwa nilai sig untuk variabel keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi adalah sebesar 0,002 atau sebesar 0,2%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga terdapat pengaruh positif dari variabel keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi terhadap keputusan menggunakan cryptocurrency untuk investasi.

Pengaruh langsung dan tidak langsung

Berikut adalah hasil dari pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total	Keterangan
X2 → X1	0.092		0,092	Tidak signifikan
X1 → Z	0.186		0.186	Signifikan
X2 → Z	0.011		0.011	Tidak signifikan
X3 → Z	0.096		0.096	Signifikan
Z → Y	0.286		0.286	Signifikan
X4 → Y	0.056		0.056	Signifikan
X1 → Z → Y		(0,186 x 0,286)	0,053	Signifikan
X2 → Z → Y		(0,011 x 0,286)	0,003	Tidak Signifikan
X3 → Z → Y		(0,096 x 0,286)	0,027	Signifikan

- Pengaruh langsung X2 terhadap X1 berdasarkan tabel 5.11 diatas maka pada tingkat signifikansi 5% maka diketahui bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga didapatkan hasil tidak memiliki pengaruh langsung dari variabel persepsi manfaat cryptocurrency secara signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan cryptocurrency
- Pengaruh langsung X1 terhadap Z berdasarkan tabel 5.11 diatas maka pada tingkat signifikansi 5% maka diketahui bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga didapatkan hasil variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi
- Pengaruh langsung X2 terhadap Z berdasarkan tabel 5.11 diatas maka pada tingkat signifikansi 5% maka diketahui bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga didapatkan hasil tidak memiliki pengaruh langsung dari variabel persepsi manfaat secara signifikan terhadap keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi

- Pengaruh langsung X3 terhadap Z berdasarkan tabel 5.11 diatas maka pada tingkat signifikansi 5% maka diketahui bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga didapatkan hasil variabel pengetahuan konsumen memiliki pengaruh langsung secara signifikan terhadap variabel keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi.
- Pengaruh langsung Z terhadap Y berdasarkan tabel 5.11 diatas maka pada tingkat signifikansi 5% maka diketahui bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga didapatkan hasil variabel keinginan menggunakan cryptocurrency memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan cryptocurrency untuk investasi
- Pengaruh langsung X4 terhadap Y berdasarkan tabel 5.11 diatas maka pada tingkat signifikansi 5% maka diketahui bahwa Ho ditolak dan Ha ditolak. Sehingga didapatkan hasil variabel inovasi cryptocurrency tidak memiliki pengaruh langsung secara signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan cryptocurrency untuk investasi.
- Pengaruh tidak langsung X1 terhadap Y melalui Z berdasarkan tabel 5.11 diatas maka pada tingkat signifikansi 5% maka diketahui bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga didapatkan hasil variabel keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi menjadi variabel intervening untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan cryptocurrency terhadap keputusan menggunakan cryptocurrency menggunakan cryptocurrency untuk investasi
- Pengaruh tidak langsung X2 terhadap Y melalui Z berdasarkan tabel 5.11 diatas maka pada tingkat signifikansi 5% maka diketahui bahwa Ho diterima dan Ha ditolak. Sehingga didapatkan hasil variabel keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi tidak menjadi variabel intervening untuk variabel persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan cryptocurrency menggunakan cryptocurrency untuk investasi
- Pengaruh tidak langsung X3 terhadap Y melalui Z berdasarkan tabel 5.11 diatas maka pada tingkat signifikansi 5% maka diketahui bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga didapatkan hasil variabel keinginan menggunakan cryptocurrency untuk investasi menjadi variabel intervening untuk variabel pengetahuan konsumen terhadap keputusan menggunakan cryptocurrency menggunakan cryptocurrency untuk investasi

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti maka hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh langsung secara signifikan terhadap persepsi kemudahan yang dirasakan oleh investor itu sendiri selaku responden dalam penelitian ini.
2. Persepsi kemudahan penggunaan cryptocurrency memiliki pengaruh langsung secara signifikan terhadap keinginan dari para investor selaku responden penelitian ini untuk menggunakan cryptocurrency untuk investasi.

3. Persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh langsung secara signifikan terhadap keinginan para investor selaku responden dalam penelitian ini dalam menggunakan cryptocurrency untuk investasinya.
4. pengetahuan konsumen memiliki pengaruh langsung secara signifikan terhadap keinginan dari para investor selaku responden dalam penelitian ini untuk menggunakan cryptocurrency untuk investasi.
5. inovasi cryptocurrency memiliki pengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan menggunakan cryptocurrency para investor selaku responden dalam penelitian ini
6. variabel persepsi kemudahan penggunaan cryptocurrency, persepsi manfaat cryptocurrency serta pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan cryptocurrency melalui keinginan dari para investor selaku responden dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- (Billah & Mohd Ma'Sum, 2019) Halal Cryptocurrency Management. Swiss: Springer Internasional Pub-lishing.
- Erlina. 2011. Metodologi Penelitian. Medan: USU Press
- Firmansyah, M. Anang. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Konsumen). Yogyakarta: Deepublish (Grup penerbitan CV. Budi Utama)
- Kamil, M. I. (2022). Teori Hukum Pancasila Dalam Pembentukan Undang-Undang 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja (Analisis Cluster Badan Hukum). *Unizar Law Review (ULR)*, 5(1).
- Lee, David dan Low, Linda. 2018. Inclusive Fintech: Blockchain, Cryptocurrency and ICO. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Sugiyono. 2016. "Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D". Bandung: Alfabeta
- Witami dan Suartana (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Sistem Blockchain. *E-Jurnal Akuntansi*, Vol.28.2. Agustus (2019): 1346-1376
- Karnadi, Zulkarnain dan Alwie (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Sikap, Kontrol Perilaku, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Bank BUMN di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*. Vol. X. No. 3
- Perkins, Daniel dan Annan, Jonathan (2013). Factor Affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implication for Bank Managers. *Journal Manajemen and Banking*.
- Engel, James F, Blackwell, Roger D and Miniard, Paul W. Perilaku Konsumen. 6th ed. Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Peraturan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto (Crypto Asset) di Bursa Berjangka
- Silva, Patrícia. "Davis' technology acceptance model (TAM) (1989)." *Information seeking behavior and technology adoption: Theories and trends* (2015): 205-219.
- Andrean Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara. 2017. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-7.
- Putri, Rasuma Dwiyananda Ni dan Rahyuda, Henny (2017). Pengaruh Tingkat Financial Literacy dan faktor Sosiodemografi terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6.9