

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Aset kripto adalah salah satu inovasi paling signifikan dalam sistem keuangan modern, yang dimulai dengan peluncuran Bitcoin pada tahun 2009 yang diperkenalkan oleh individu yang dikenal sebagai Satoshi Nakamoto. Sebagai mata uang digital pertama, Bitcoin hadir sebagai respons atas krisis finansial global tahun 2008, sekaligus membawa konsep teknologi blockchain yang memungkinkan transaksi langsung antar pengguna (*peer-to-peer*). Teknologi ini menawarkan tingkat transparansi dan keamanan yang lebih unggul dibandingkan dengan sistem keuangan konvensional. Pengoperasian Bitcoin tidak memerlukan pihak ketiga seperti bank maupun institusi keuangan. Konsep ini tidak hanya merevolusi cara orang bertransaksi, tetapi juga membuka peluang baru dalam investasi dan pengelolaan aset. Sejak saat itu, banyak mata uang digital lainnya muncul, seperti Ethereum, Ripple, dan Litecoin, yang memperluas ekosistem *cryptocurrency* dan menawarkan berbagai fitur dan kegunaan. Dengan kemunculan *cryptocurrency*, masyarakat mulai melihat potensi investasi baru yang dapat memberikan imbal hasil yang tinggi, meskipun dengan risiko yang juga tidak kalah besar.

Salah satu karakteristik utama dari *cryptocurrency* adalah sifat desentralisasinya. Berbeda dengan mata uang tradisional yang dikelola oleh bank sentral, *cryptocurrency* beroperasi dalam sistem terdesentralisasi yang menggunakan teknologi blockchain. Blockchain berfungsi sebagai basis data transaksi keuangan publik yang terdistribusi, memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi tanpa perlu mengungkapkan identitas mereka. Hal ini mengurangi risiko pelanggaran privasi dan perlindungan data pribadi yang sering terjadi dalam transaksi konvensional. Dengan sifat desentralisasi ini, *cryptocurrency* menawarkan transparansi dan keamanan yang lebih tinggi, serta mengurangi ketergantungan pada lembaga keuangan tradisional.

Sejak diluncurkannya Bitcoin pada tahun 2009, kapitalisasi pasar *cryptocurrency* telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Data menunjukkan bahwa kapitalisasi pasar *cryptocurrency* terus meningkat setiap tahunnya, dari nilai pasar yang hampir tidak ada pada tahun 2010, kapitalisasi pasar *cryptocurrency* meningkat menjadi hampir \$4 triliun pada akhir tahun 2024. Pertumbuhan ini didorong oleh adopsi yang semakin luas, baik dari individu maupun institusi, yang mulai memasukkan *cryptocurrency* ke dalam portofolio investasi mereka. Meningkatnya kesadaran akan potensi dari investasi di *cryptocurrency*, serta inovasi teknologi yang terus berkembang, telah menarik perhatian banyak investor. Grafik yang menunjukkan total kapitalisasi pasar *cryptocurrency* menunjukkan tren positif yang mengindikasikan bahwa *cryptocurrency* telah menjadi aset yang semakin diperhitungkan dalam dunia keuangan global. Hal tersebut juga menciptakan ekosistem yang dinamis dan kompetitif, di mana banyak *exchange cryptocurrency* bermunculan untuk memenuhi permintaan pasar.



Gambar 1. 1 Total Kapitalisasi Pasar Cryptocurrency

Sumber: coinmarketcap.com

Exchange cryptocurrency berfungsi sebagai platform untuk membeli, menjual, dan memperdagangkan *cryptocurrency*. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak *exchange* seperti Coinbase, Kraken, dan Binance telah berkembang menjadi salah satu aktor kunci dalam industri aset digital, platform-platform ini menyediakan beragam layanan dan fitur untuk menarik minat pengguna. Beberapa di antaranya mencakup biaya transaksi yang relatif rendah, antarmuka pengguna yang intuitif dan mudah digunakan, serta dukungan

terhadap berbagai macam mata uang kripto. Dengan meningkatnya jumlah pengguna dan volume perdagangan, exchange menjadi semakin penting dalam ekosistem *cryptocurrency*. Mereka tidak hanya menyediakan platform untuk perdagangan, tetapi juga berperan dalam edukasi pasar, memberikan informasi dan analisis yang membantu investor membuat keputusan yang lebih baik. Keberadaan *exchange* ini juga menciptakan persaingan yang sehat, mendorong inovasi dan peningkatan layanan. Binance, yang resmi diluncurkan pada Juli 2017, merupakan salah satu platform pertukaran kripto paling populer dan banyak dimanfaatkan oleh pengguna di seluruh dunia. Kehadirannya berperan penting dalam meningkatkan likuiditas pasar aset digital, sekaligus memperluas akses bagi individu untuk terlibat dalam aktivitas jual beli mata uang kripto.

Binance didirikan oleh Changpeng Zhao, dengan cepat menjadi salah satu *exchange* terbesar di dunia. Dalam waktu singkat, Binance berhasil menarik perhatian banyak pengguna dengan menawarkan biaya transaksi yang rendah dan dukungan untuk berbagai *cryptocurrency*. Salah satu strategi kunci yang digunakan oleh Binance adalah pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital untuk membangun komunitas pengguna yang besar. Dengan pendekatan ini, Binance tidak hanya berhasil menarik pengguna baru, tetapi juga mempertahankan loyalitas pengguna yang sudah ada. Data menunjukkan bahwa Binance telah menjadi *exchange* terbesar di dunia berdasarkan *volume* perdagangan harian, dengan *volume* mencapai lebih dari \$15 miliar per hari. Kehadiran yang kuat di media sosial, dengan jutaan pengikut di platform seperti Twitter dan Telegram, juga berkontribusi pada reputasi dan kepercayaan pengguna terhadap platform ini.

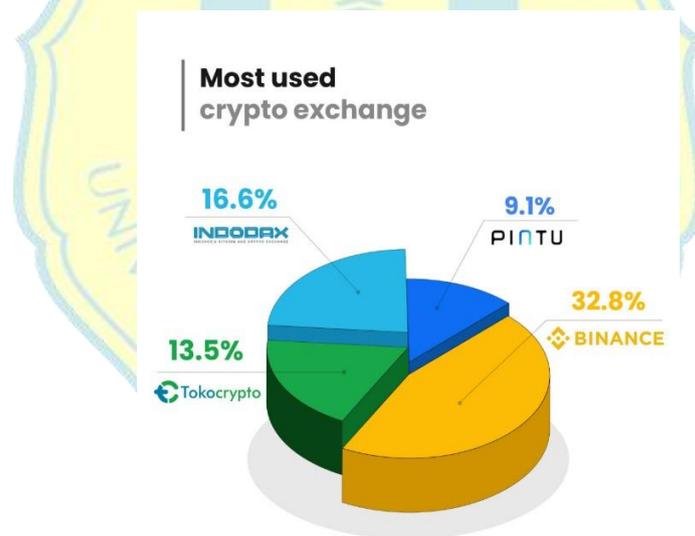
Tabel 1. 1 Volume Perdagangan 6 Exchange Terbesar di Dunia

Exchange	Volume Perdagangan 24h
Binance	\$15,1B
Bybit	\$2,3B
Coinbase	\$2,4B
Upbit	\$2B

OKX	\$2,3B
Bitget	\$2,1B
MEXC	\$2,5B

Sumber: coinmarketcap.com (diakses pada 26 Maret 2025)

Keberhasilan Binance sebagai *exchange* terbesar di dunia tidak terlepas dari penerimaan teknologi informasi yang baik oleh pengguna. Binance secara konsisten menghadirkan inovasi melalui peluncuran beragam fitur terbaru, seperti *staking*, peminjaman aset (*lending*), hingga perdagangan berjangka (*futures trading*). Langkah ini berhasil menarik lebih banyak pengguna dan mendorong peningkatan signifikan dalam volume transaksi. Dengan terus berinovasi dan memperluas layanannya, Binance telah mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar, bahkan di tengah persaingan yang semakin ketat dari *exchange* lainnya.



Gambar 1. 2 Most Used Crypto Exchange di Indonesia

Sumber: coinvestasi.com

Di Indonesia, Binance juga telah berhasil menarik banyak pengguna, mencerminkan minat yang tinggi terhadap *cryptocurrency* di kalangan masyarakat. Data menunjukkan bahwa Binance menjadi *exchange* yang memiliki pengguna terbesar di Indonesia. Keberhasilan Binance di Indonesia didukung oleh edukasi pasar yang baik,

kemudahan akses, dan dukungan dari komunitas lokal yang aktif. Banyak pengguna di Indonesia yang mulai memahami potensi keuntungan dari investasi *cryptocurrency* dan menggunakan Binance sebagai platform untuk memulai perjalanan investasi mereka. Meskipun adopsi *cryptocurrency* seperti Bitcoin dan Ethereum terus meningkat secara global, termasuk di Indonesia, niat individu untuk menggunakan platform *cryptocurrency* masih dipengaruhi oleh berbagai faktor. Platform seperti Binance yang menjadi salah satu exchange terbesar di dunia, berhasil menarik banyak pengguna melalui inovasi teknologi dan strategi pemasaran digital. Namun demikian, masih terdapat tantangan dalam memahami faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk memiliki *intention to use* platform ini, bukan sekadar mengenal atau tertarik saja.

Dalam konteks penggunaan Binance yang terus berkembang, *intention to use* menjadi indikator penting untuk memahami adopsi pengguna terhadap suatu platform. *Intention to use* mengacu pada dorongan atau keinginan individu untuk memakai atau kembali menggunakan suatu produk atau layanan, yang dinilai sesuai dengan tujuan penggunaannya serta karakteristik atau atribut yang dimiliki oleh produk atau layanan tersebut (Setiawan, 2020). Niat untuk menggunakan (*intention to use*) timbul ketika seseorang merasakan sikap positif terhadap suatu teknologi atau sistem, yang pada akhirnya meningkatkan minat konsumen terhadap produk tersebut (Oktaviana et al., 2023). Saat individu memiliki pandangan yang kuat dan positif terhadap penerapan teknologi baru, kecenderungan mereka untuk berniat menggunakannya pun akan meningkat (Wardani & Putra, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini berkonsentrasi pada mengevaluasi variabel yang memengaruhi keinginan untuk menggunakan platform *cryptocurrency*, dengan mengkaji variabel *trust*, *influencer marketing*, *perceived ease of use* serta *perceived usefulness* sebagai variabel intervening.

Faktor pertama yang memengaruhi *intention to use* merupakan *trust*. *Trust* merupakan bentuk keyakinan atau harapan dari konsumen terhadap integritas, kompetensi, dan tanggung jawab penyedia layanan atau pelaku bisnis daring dalam menepati komitmen serta menjalankan perilaku yang sesuai dengan ekspektasi. Kepercayaan ini mencakup keyakinan bahwa konsumen dapat bergantung pada penyedia

layanan tersebut untuk menjalankan transaksi secara jujur dan dapat diandalkan (Fadilah, 2023). Menurut Kurnia & Tandijaya (2023) *Trust* dianggap penting bagi pengguna teknologi, karena berperan dalam mendukung peningkatan kinerja mereka saat menjalankan suatu aktivitas atau tugas tertentu. Adanya rasa kepercayaan dari pengguna terhadap suatu aplikasi dapat meningkatkan niat untuk menggunakan pada produk tersebut (Febrian & Keni, 2022). Dengan kepercayaan yang baik, keinginan untuk menggunakan meningkat. Rasa percaya ini muncul dari keyakinan bahwa data yang tersimpan dalam aplikasi terlindungi dengan baik dan tidak mudah disalahgunakan atau dicuri (Sa'adah et al., 2023).

Faktor kedua yang memengaruhi *intention to use* yaitu *influencer marketing*. Menurut Athaya (2021) *influencer marketing* merujuk pada strategi pemasaran yang melibatkan individu berpengaruh baik selebriti maupun non-selebriti dengan jumlah pengikut yang besar untuk membentuk respons positif dari konsumen, baik secara sikap maupun perilaku, terhadap suatu merek. Strategi ini dilakukan melalui unggahan konten di media sosial, yang juga membuka peluang kolaboratif antara influencer dan para pengikutnya dalam membentuk citra merek secara bersama-sama di platform tersebut. Menurut Seruni et al. (2024) Berbagai merek dan perusahaan sekarang menggunakan pemasaran influencer sebagai bagian penting dari strategi pemasaran digital mereka. Dalam pendekatan ini, influencer berperan layaknya konsumen atau pengguna produk, menampilkan sisi positif dari merek yang mereka promosikan, sehingga mendorong peningkatan penggunaan produk oleh audiens. Terbukti bahwa influencer marketing dapat sangat memengaruhi niat pembelian, ketika influencer yang relevan mempromosikan produk-produk, konsumen merasa lebih yakin dengan rekomendasi tersebut sehingga mendorong niat penggunaan pada konsumen untuk menggunakan produk (Irrawati & Isa, 2025).

Faktor ketiga yang memengaruhi *intention to use* yaitu *perceived ease of use* melalui *perceived usefulness*. Menurut Hamid & Mohamed (2022) Semakin sebuah sistem dirancang agar mudah digunakan, maka semakin besar kemungkinan pengguna akan merasakan manfaat dari sistem tersebut (*perceived usefulness*), yang pada akhirnya

mendorong mereka untuk memanfaatkannya terus menerus. Hal ini juga diperkuat oleh Yee & Kamaruddin (2024), yang menemukan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi membuat pengguna merasa bahwa teknologi tersebut benar-benar berguna dalam kehidupan sehari-hari. *Perceived Ease of Use* mengacu pada persepsi bahwa sistem dapat digunakan dengan mudah. Ketika sistem dinilai mudah dioperasikan, individu lebih mungkin untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika sistem terasa rumit, keinginan untuk mengadopsinya cenderung menurun (Kumala et al., 2020). Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan pendapat pribadi seseorang bahwa penggunaan teknologi atau sistem tertentu dapat memberikan manfaat nyata, terutama dalam meningkatkan kinerja individu (Wiratama & Sulindawati, 2022). Menurut Muliadi & Japarianto (2021) Manfaat yang dirasakan oleh seseorang saat menggunakan suatu hal dapat menjadi pendorong munculnya keinginan untuk menggunakannya. Manfaat tersebut bisa berupa peningkatan efisiensi dan produktivitas, serta keuntungan baik materi maupun non-materi, sehingga mendorong individu untuk tertarik menggunakan teknologi informasi tersebut. Seiring dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi, pengguna cenderung merasakan berbagai manfaat yang diperoleh. Manfaat tersebut kemudian dapat memperkuat ketertarikan dan keinginan mereka untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Setyawati, 2020). Pengguna akan memiliki keinginan untuk menggunakan dan terus memanfaatkan suatu teknologi apabila mereka secara langsung merasakan manfaat yang diperoleh. Sebaliknya, jika teknologi tersebut dianggap tidak memberikan nilai atau keuntungan, masyarakat cenderung enggan untuk menggunakannya (Tanujaya, 2020).

Dengan demikian, penelitian ini dimaksudkan untuk menjembatani kesenjangan tersebut melalui eksplorasi mengenai bagaimana *Trust*, *Influencer Marketing*, dan *Perceived Ease of Use* memengaruhi *Intention to Use* platform *cryptocurrency* Binance, dengan mempertimbangkan peran intervening *Perceived Usefulness*. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, diharapkan Binance dan platform serupa dapat merancang strategi edukasi dan promosi yang lebih efektif. Misalnya, meningkatkan kepercayaan pengguna melalui transparansi dan keamanan platform, memanfaatkan pengaruh influencer dalam

kampanye pemasaran, serta menciptakan platform yang mudah digunakan dan bermanfaat bagi pengguna.

Dengan sejarah pertumbuhan *cryptocurrency* yang pesat, munculnya berbagai *exchange*, serta keberhasilan Binance sebagai pemimpin pasar baik di dunia maupun di Indonesia, diharapkan studi ini akan memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkaya pemahaman terkait perilaku pengguna dalam menentukan pilihan terhadap platform investasi digital. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diarahkan untuk menemukan komponen utama yang memengaruhi niat pengguna dalam memilih Binance dibandingkan dengan platform *cryptocurrency* lainnya.

Studi ini berpotensi menjadi acuan bagi berbagai kalangan atau pihak terkait, termasuk penyedia layanan *cryptocurrency* seperti Binance, institusi pendidikan, serta peneliti lain yang tertarik pada topik adopsi teknologi finansial. Wawasan yang lebih komprehensif mengenai elemen-elemen yang berperan dalam memengaruhi niat menggunakan platform *cryptocurrency* dapat membantu dalam menyusun strategi yang lebih tepat sasaran untuk mendorong adopsi teknologi ini. Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan kontribusi yang signifikan dalam mendorong kepercayaan terhadap teknologi keuangan digital, pemanfaatan platform *cryptocurrency* yang bijak, serta peningkatan kualitas layanan yang ditawarkan di Indonesia.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, peneliti menggunakan pertanyaan penelitian berikut :

1. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *intention to use* pada penggunaan *platform cryptocurrency* Binance *exchange*?
2. Apakah *influencer marketing* berpengaruh terhadap *intention to use* pada penggunaan *platform cryptocurrency* Binance *exchange*?
3. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* pada penggunaan *platform cryptocurrency* Binance *exchange*?

4. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* pada penggunaan *platform cryptocurrency* *Binance exchange*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian masalah yang disebutkan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. Untuk menganalisis pengaruh *trust* terhadap *intention to use* pada penggunaan *platform cryptocurrency* *Binance exchange*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *influencer marketing* terhadap *intention to use* pada penggunaan *platform cryptocurrency* *Binance exchange*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* pada penggunaan *platform cryptocurrency* *Binance exchange*.
4. Untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* pada penggunaan *platform cryptocurrency* *Binance exchange*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, berikut adalah beberapa keuntungan yang diharapkan dari penelitian ini

1.4.1 Manfaat Teoritis

Studi ini diharapkan mampu menyajikan wawasan yang bermanfaat bagi riset selanjutnya serta memperkaya pemahaman teoritis dalam bidang yang dikaji mengenai “Analisis Determinan Intention to Use Pada Penggunaan Platform Kripto.”

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai landasan dan acuan bagi riset berikutnya yang berfokus dalam penggunaan *platform cryptocurrency* khususnya *Binance exchange*.

b. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini berpotensi meningkatkan kualitas riset di bidang *cryptocurrency* serta berkontribusi dalam pengembangan kurikulum yang selaras dengan perkembangan teknologi dan perilaku pengguna *platform cryptocurrency* khususnya *Binance exchange*.

