

TEKNOLOGI *BLOCKCHAIN* PADA *VIRTUAL CURRENCY*: ANALISIS MINAT GENERASI MILLENNIAL DI INDONESIA

Ngakan Nyoman Kutha Krisnawijaya
Program Studi Teknologi Informasi
Fakultas Teknik dan Informatika
Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali
ngakankutha@undiknas.ac.id

ABSTRACT

The existence of virtual currency has made a disruption in banking and other financial sectors. This phenomenon is caused by blockchain technology in virtual currency, like Bitcoin that able to eliminate the centralization function in the server, in another word to eliminate the third-party function when doing a transaction. The strength that is possessed by virtual currency, i.e. the practicality of financial transaction that does not depend on the policy of any currency so it can be done anywhere and anytime attracts the Millennials to use virtual currency as a transaction tool. Using the Theory of Planned Behavior as a background, this study aims to find out the intention of the Millennials regarding the use of virtual. This study is conducted by carrying a survey to 400 respondents in Indonesia and use statistic descriptive as a technique of data analysis. The result of this study is the Millennials have high intention to do transactions or invest in virtual currency.

Keywords: *Blockchain Technology, Virtual Currency, The Millennials, Theory of Planned Behavior*

ABSTRAK

Kehadiran *virtual currency* atau mata uang digital telah sedikit banyak menyebabkan terjadinya disrupsi di bidang perbankan dan sektor keuangan lainnya. Fenomena ini disebabkan oleh teknologi *blockchain* pada *virtual currency*, seperti Bitcoin yang mampu menghilangkan fungsi sentralisasi pada server, dengan kata lain menghilangkan fungsi *third party* pada saat bertransaksi. Keunggulan yang dimiliki *virtual currency*, yaitu kepraktisan transaksi keuangan yang tidak terikat dengan aturan mata uang negara manapun sehingga dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun tentu menjadi daya tarik bagi generasi *millennial* untuk menggunakan mata uang digital sebagai alat transaksi. Dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* sebagai landasan teori, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat generasi *millennial* terhadap penggunaan *virtual currency*. Penelitian ini menggunakan metode survei kepada 400 orang responden di seluruh Indonesia dan teknik analisis statistik deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah generasi *millennial* memiliki minat atau ketertarikan yang tinggi untuk bertransaksi maupun berinvestasi pada *virtual currency*.

Kata Kunci: *Teknologi Blockchain, Virtual Currency, Generasi Millennial, Theory of Planned Behavior*

PENDAHULUAN

Ide untuk menggunakan mata uang digital (*virtual currency*) telah mengalami sejarah yang sangat panjang. Hal ini dimulai dari pertengahan tahun 1990-an, dimana sekelompok orang membentuk komunitas untuk menentang pemerintah Amerika Serikat yang berusaha menghalangi perkembangan teknologi kriptografi. Komunitas yang bernama *cypherpunk* ini mendambakan kebebasan penuh seseorang tanpa terkekang aturan yang terlalu ketat oleh pemerintah. Komunitas ini juga berkeinginan agar setiap orang dapat bertransaksi secara

anonim dan bebas tanpa campur tangan pihak ketiga (dalam hal ini adalah pemerintah) (Wijaya & Darmawan, 2017).

Konsep yang dicetuskan oleh komunitas *cypherpunk* ini mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan bertambahnya individu yang tertarik dengan konsep *virtual currency* tersebut. Salah satu tonggak bersejarah dalam perkembangan *virtual currency* adalah pada saat David Chaum mempublikasikan paper yang berjudul "*Blind Signatures for Untraceable Payments*". Paper ini menjelaskan tentang konsep *blind signature*

dengan menggunakan teknik kriptografi asimetris yang diterapkan untuk metode pembayaran. Selanjutnya pada tahun 2008 seseorang yang menamakan dirinya Satoshi Nakamoto mempublikasikan sebuah makalah yang berjudul “*The Cryptography Mailing List*” yang menggambarkan *virtual currency* dengan nama Bitcoin yang menggunakan konsep *blockchain*.

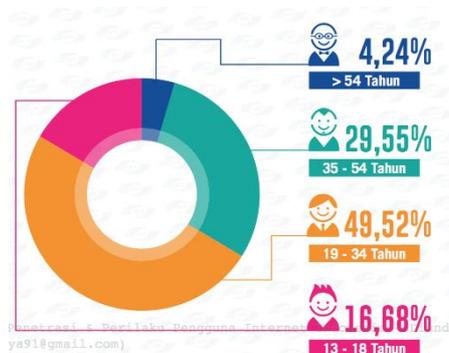
Kehadiran *financial technology* seperti *virtual currency* telah sedikit banyak menyebabkan terjadinya disrupsi di bidang perbankan dan sektor keuangan lainnya. Fenomena ini disebabkan karena teknologi *blockchain* yang digunakan oleh Bitcoin mampu menghilangkan fungsi sentralisasi pada server. Sehingga teknologi ini tidak lagi membutuhkan pihak ketiga dalam proses transaksinya, dimana pihak ketiga dalam hal ini adalah fungsi dari Bank.

Menurut Undang-undang RI nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan (pasal 1 ayat 2) (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, n.d.), bank adalah sebuah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lain dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak. Berdasarkan fungsi dan tugasnya, bank memiliki banyak syarat yang harus dipenuhi untuk melakukan transaksi keuangan di bank, antara lain berbagai syarat administrasi yang harus dipenuhi oleh nasabah bank, seperti terdapat biaya administrasi yang harus dipenuhi ketika bertransaksi, terkena pajak, dan sebagainya. Hal ini tentu berbanding terbalik dengan keunggulan yang dimiliki mata uang digital, yaitu kepraktisan transaksi keuangan yang tidak terpaud dengan aturan mata uang negara manapun sehingga dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, dimana hal ini tentu menjadi daya tarik bagi generasi *millennial* untuk menggunakan mata uang digital sebagai alat transaksi.

Generasi *millennial* merupakan generasi yang mendominasi saat ini di Indonesia. Berdasarkan data statistik, dari 160 juta jumlah angkatan kerja di Indonesia, sebanyak 62 juta merupakan generasi *millennial* (Sulaiman, 2017). Hal ini mengimplikasikan bahwa pengaruh mereka terhadap pertumbuhan ekonomi akan sangat besar. Generasi *millennial* merupakan generasi yang lahir dari tahun 1980 hingga 2000 (Cutler, 2015). Generasi *millennial* lahir

dan tumbuh dalam peradaban teknologi yang canggih, globalisasi, dan era disrupsi ekonomi, dimana hal ini menyebabkan perbedaan tingkah laku dan pola pikir yang dimiliki generasi ini dengan generasi-generasi sebelumnya (Goldman Sachs, 2016).

Perbedaan perilaku dan cara pandang yang dimiliki kaum *millennial* tentu akan memengaruhi cara mereka dalam berinvestasi dan bertransaksi keuangan. Generasi *millennial* sangat akrab dengan teknologi, termasuk internet. Dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, komposisi pertumbuhan pengguna internet Tahun 2017 berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar dibawah ini (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017).



Gambar 1. Komposisi Pertumbuhan Pengguna Internet Berdasarkan Usia

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa hampir sebagian dari pengguna internet merupakan generasi *millennial* yang berusia 19 hingga 34 Tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa mereka sangat erat dengan transaksi maupun aktivitas secara online. Salah satu karakteristik yang dimiliki oleh generasi *millennial* adalah lebih terbuka terhadap perubahan (Kilber, Barclay, & Ohmer, 2014). Dengan demikian generasi *millennial* merupakan pangsa pasar yang sangat tepat untuk perdagangan elektronik (*e-commerce*) maupun transaksi yang bersifat digital.

Dari sisi investasi, generasi *millennial* juga sangat tertarik dengan *virtual currency* atau mata uang digital. Berdasarkan hasil survei *Blockchain Capital* (Blockchain Capital, 2017), ditemukan bahwa 30 persen generasi *millennial* yang berusia 18 hingga 34 tahun lebih memilih untuk memiliki Bitcoin senilai \$1000 dibandingkan dengan saham atau obligasi pemerintah dengan nilai

yang sama. Di Indonesia, minat kaum *millennial* terhadap mata uang digital juga cukup tinggi. Indonesia *Digital Asset Exchange* atau Indodax (2018) memiliki pengguna terdaftar dengan identitas terverifikasi sebesar 1,14 juta yang hampir menyamai jumlah investor Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu sebanyak 1,18 juta orang, dimana sebanyak 35 persen dari member Indodax tersebut adalah generasi *millennial*.

Luno merupakan salah satu platform jual beli mata uang digital yang mulai beroperasi di Indonesia pada awal Tahun 2015. Luno melakukan survei terhadap pengguna bitcoin terkait dengan motivasi utama membeli bitcoin pada Tahun 2017 dan hasilnya dapat dilihat pada gambar berikut (Luno, 2017).



Gambar 2. Motivasi Utama Pengguna Bitcoin Membeli Bitcoin

Berdasarkan hasil survei tersebut, dapat dilihat bahwa alasan utama membeli bitcoin adalah untuk investasi. Hasil-hasil survei diatas merupakan hasil survei dari pihak-pihak yang telah berinvestasi atau memiliki mata uang digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *intention* atau ketertarikan generasi *millennial* yang ada di Indonesia, terhadap salah satu produk dari teknologi blockchain, yaitu *virtual currency*, baik yang sudah maupun belum memiliki mata uang digital.

LANDASAN TEORI

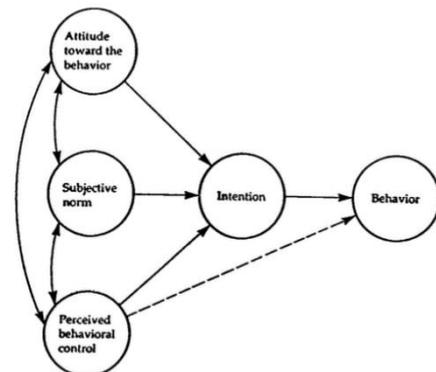
Theory of Planned Behavior

Teori ini menyatakan bahwa sebuah tindakan dapat dilandasi oleh motivasi internal dan motivasi eksternal (Ajzen, 1991). Terdapat tiga komponen yang dapat

melandasi tindakan seseorang berdasarkan teori ini, antara lain *Attitude toward behavior*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* (Ajzen, 1991).

1. *Attitude toward behavior* merupakan sikap terhadap perilaku yang ditentukan oleh keyakinan-keyakinan (*behavioral beliefs*) individu yang berkaitan dengan penilaian subjektif individu terhadap dunia sekitarnya, pemahaman individu mengenai diri dan lingkungannya yang dilakukan dengan cara menghubungkan antara perilaku tertentu dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin timbul dari melakukan suatu perilaku tertentu.
2. *Subjective norm* merupakan persepsi individu terhadap perilaku tertentu yang bersumber dari pandangan orang lain terhadap perilaku tersebut.
3. *Perceived behavioral control* merupakan persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya untuk mewujudkan suatu perilaku tertentu yang dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal.

Ketiga komponen tersebut akan membentuk *intention* atau keinginan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu hingga pada akhirnya benar-benar melakukan perilaku tersebut yang ditunjukkan pada Gambar 3 sebagai berikut.



Gambar 3. Kerangka Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior digunakan untuk menjelaskan sikap generasi *millennial* terhadap perkembangan teknologi yang melahirkan berbagai terobosan-terobosan baru yang semakin memudahkan pencarian informasi maupun memberikan pelayanan yang menunjang aktivitas sehari-hari. Selain itu dijelaskan pula bagaimana minat maupun *intention* generasi *millennial* terhadap *virtual*

currency serta apa saja motivasi-motivasi yang melandasi ketertarikan para *millennial* tersebut, baik dari faktor internal maupun dari faktor eksternal.

Blockchain

Blockchain adalah seruntunan blok yang mengandung informasi. Struktur ini ditemukan pada tahun 1991 dengan maksud untuk memberi *timestamp* pada dokumen digital sehingga dokumen tersebut tidak dapat dihilangkan atau dipalsukan (Nugroho, 2018). *Blockchain* baru pertama kali digunakan secara serius pada tahun 2009 ketika Satoshi Nakamoto memperkenalkan bitcoin. *Blockchain* dapat disebut sebagai sekumpulan data terdistribusi yang dapat diakses oleh siapa pun. Salah satu keistimewaan *blockchain* adalah bahwa data yang sudah dimasukkan ke dalam *blockchain* akan sangat sulit diubah.

Teknologi *blockchain* adalah teknologi yang mendasari berjalannya Bitcoin tanpa bergantung kepada server terpusat sehingga dapat terhindar dari resiko *downtime*. Sistem *blockchain* hadir dengan mengubah pendekatan yang sentralistik menjadi terdesentralisasi. Pada prinsipnya, teknologi *blockchain* mengkondisikan setiap server yang menjalankan software ini membentuk konsensus jaringan secara otomatis untuk saling mereplikasi data transaksi dan saling memverifikasi data yang ada. Oleh karena itu, ketika salah satu server mengalami *hack*, server tersebut dapat diabaikan karena dianggap memiliki data yang berbeda dengan mayoritas jaringan server lainnya. Hal tersebut membuat teknologi *blockchain* relatif jauh lebih kuat menghadapi serangan dibandingkan teknologi yang tersentralisasi karena selalu ada minimal satu server yang berjalan untuk menangani transaksi.

Teknologi *blockchain* memungkinkan konsensus jaringan untuk mencatat dan memvalidasi setiap transaksi sehingga data yang sudah masuk tidak dapat dipalsukan, hilang, atau rusak sehingga tidak dapat dimanipulasi oleh penyedia jaringan. Analogi cara kerja *blockchain* hampir sama seperti buku kas di bank yang mencatat semua transaksi yang dilakukan oleh penggunanya. Perbedaannya, hanya pihak berwenang yang dapat mengakses informasi transaksi di buku kas bank, sementara transaksi melalui *blockchain* dapat dilihat oleh semua pengguna karena informasi yang dikumpulkan juga didistribusikan ke semua

orang yang menjalankan server. Selain itu, karena akses server diberikan kepada semua orang, maka tidak ada pihak yang dapat memalsukan atau pun memodifikasi transaksi (Nugroho, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif berupa analisis statistik deskriptif. Data dalam penelitian ini bersifat primer, dimana pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah Generasi *millennial* yang berusia 18 – 38 tahun (lahir tahun 1980-2000).

PEMBAHASAN

Deskripsi dan Karakteristik Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 orang generasi *millennial* yang terdapat di seluruh Indonesia. Berikut adalah rincian sebaran jumlah responden dari masing-masing daerah di Indonesia.



Gambar 4. Sebaran Responden Penelitian

Data karakteristik responden merupakan data responden yang dikumpulkan untuk mengetahui profil responden penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, serta pekerjaan responden. Karakteristik responden dijelaskan dalam Tabel 2 sebagai berikut.

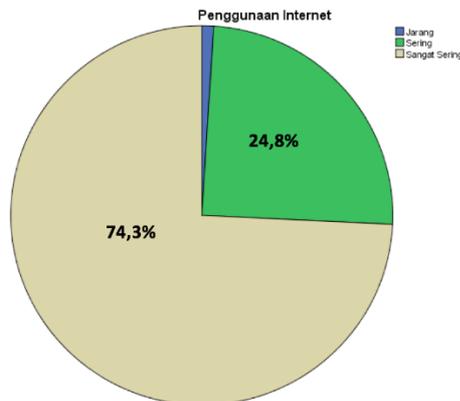
Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Usia		
	18-23 Tahun	259	64,8%
	24-28 Tahun	60	15%
	29-33 Tahun	60	15%
	34-38 Tahun	21	5,3%
	Total	400	100%
2	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	196	49%
	Perempuan	204	51%
	Total	400	100%
3	Tingkat Pendidikan	135	33,8%

	SMA	239	59,8%
	S1	25	6,3%
	S2	1	0,3%
	S3	400	100%
	Total		
4	Pekerjaan		
	PNS	19	4,8%
	Pegawai Swasta	110	27,5%
	Wirasaha	20	5%
	Pelajar/Mahasiswa	203	50,8%
	Lainnya	48	12%
	Total	400	100%

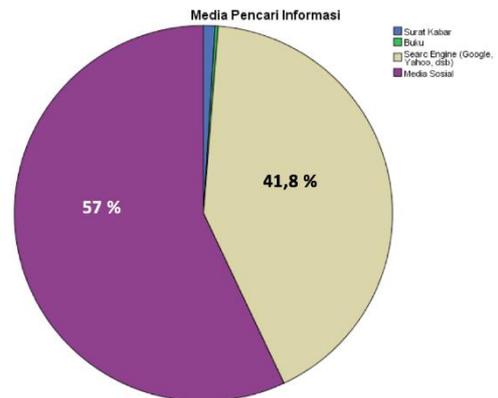
Perilaku Generasi Millennial

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa generasi millennial sangat tergantung terhadap internet. Sebanyak 74,3% responden sangat sering menggunakan internet.



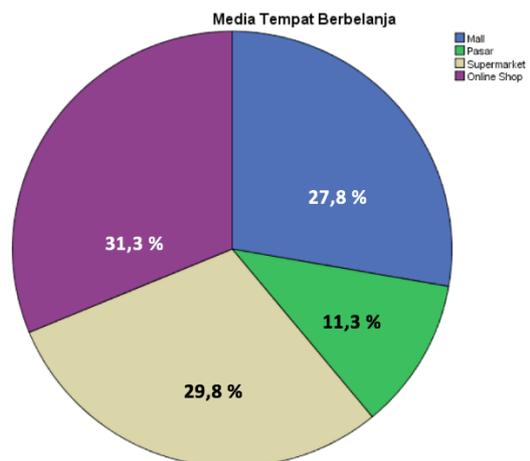
Gambar 5. Frekuensi Penggunaan Internet Generasi Millennial

Selain itu, dapat dilihat bahwa generasi millennial sangat memanfaatkan internet, baik melalui *search engine* maupun *social media* untuk mencari informasi dibandingkan melalui media konvensional seperti majalah ataupun surat kabar. Hal ini mengimplikasikan bahwa generasi millennial menyukai hal yang praktis dan sangat memanfaatkan perkembangan teknologi. Gambar 4 memperlihatkan detail persentase penggunaan internet untuk mencari informasi.



Gambar 6. Media Pencari Informasi

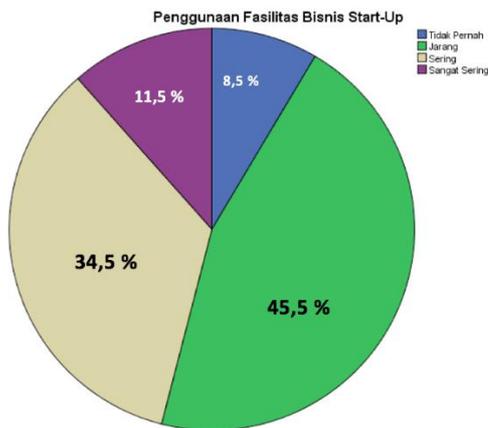
Tidak hanya untuk mencari informasi, generasi millennial juga memanfaatkan internet untuk berbagai hal lainnya, seperti berbelanja. *Online shop* sangat populer di kalangan generasi millennial. Walaupun terdapat banyak pro dan kontra terhadap *online shop*, antara lain kekhawatiran terhadap keaslian barang, pengiriman yang terkadang lama, hingga isu penipuan, namun tetap saja *online shop* menarik minat generasi millennial karena berbagai kelebihan yang dimiliki, seperti memiliki pilihan produk yang lebih banyak, lebih praktis karena dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Hal ini terbukti dari *online shop* yang menjadi pilihan utama sebagai media untuk berbelanja bagi kaum millennial dengan 31,3%.



Gambar 7. Media Tempat Berbelanja

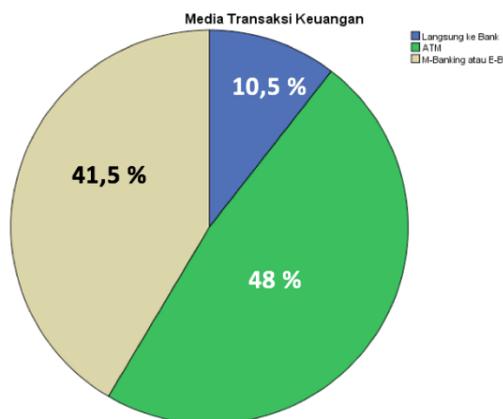
Generasi millennial juga sangat familiar dengan berbagai bisnis *startup* yang banyak memberikan berbagai fasilitas yang dapat memudahkan berbagai aktivitas yang dilakukan sehari-hari, seperti Go-jek, Grab,

dan sebagainya. Walaupun mayoritas responden masih jarang menggunakannya, namun sebagian responden sering menggunakan bahkan ada yang memanfaatkan layanan tersebut dengan sangat sering. Berikut adalah rincian penggunaan layanan bisnis start-up oleh para *millennial*.



Gambar 8. Frekuensi Penggunaan Fasilitas Bisnis *Start-Up*

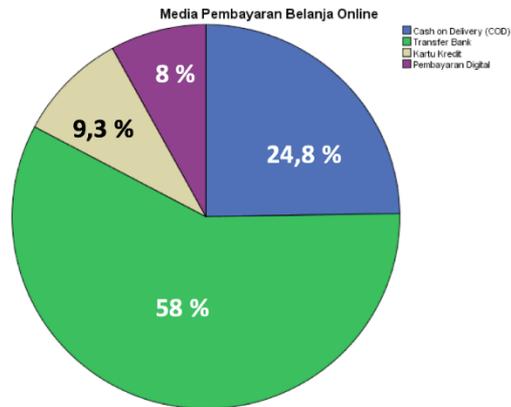
Dari sisi penggunaan *financial technology (fintech)*, dapat dilihat bahwa generasi *millennial* juga sangat akrab dengan penggunaan teknologi keuangan. Dalam Gambar 7 terlihat bahwa generasi *millennial* lebih memilih untuk memanfaatkan penggunaan teknologi dibandingkan dengan harus pergi ke bank untuk melakukan transaksi keuangan.



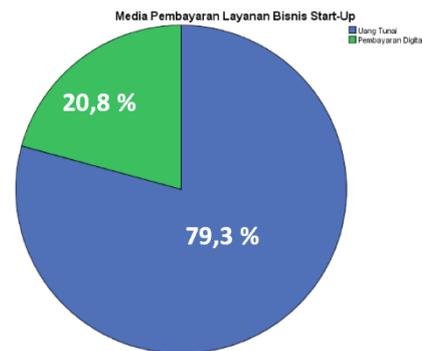
Gambar 9. Media Transaksi Keuangan

Ketika melakukan pembayaran di *online shop* maupun *business startup*, generasi *millennial* juga sudah mulai memanfaatkan sistem pembayaran atau dompet digital yang telah dimiliki oleh *online shop*, maupun

business startup yang bersangkutan, seperti Go-Pay untuk layanan Gojek, Grab-Pay untuk layanan grab, Dompot Shopee untuk Shopee, dan sebagainya.



Gambar 10. Media pembayaran yang digunakan ketika berbelanja online



Gambar 11. Media pembayaran yang digunakan ketika menggunakan layanan bisnis *start-up*

Berdasarkan hasil survei diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku generasi *millennial* saat ini sangat erat dengan teknologi. Apabila dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior*, dapat dilihat bahwa generasi *millennial* sangat menerima perkembangan teknologi. *Attitude of behavior* generasi *millennial* terkait dengan penggunaan teknologi sangat positif, dimana berbagai kemudahan dan layanan yang ditawarkan membuat generasi ini tidak mampu lepas dari penggunaan teknologi. Dari Gambar 5 hingga Gambar 11 memperlihatkan bagaimana responden memanfaatkan teknologi tidak hanya untuk mencari informasi, tetapi juga untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, hingga melakukan transaksi keuangan.

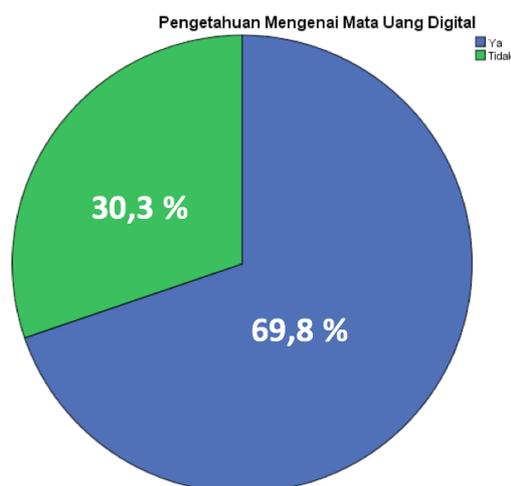
Gambar 8 menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah

menggunakan penggunaan aplikasi bisnis *startup* seperti Go-Jek, Grab, dan sebagainya. Fenomena ini mengimplikasikan bahwa *subjective norms* yang terbentuk di benak generasi *millennial* terkait penggunaan teknologi merupakan bukan hal yang asing dan baru mengingat sebagian besar individu sesama generasi *millennial* seperti contoh rekan sebaya maupun *public figure* telah menggunakan teknologi untuk menunjang aktivitas sehari-hari. Hal ini diperkuat dengan Gambar 9 yang menunjukkan kecenderungan generasi *millennial* yang lebih condong menggunakan layanan uang elektronik seperti ATM dan E-banking/M-banking sebagai media transaksi keuangan dibandingkan dengan cara konvensional seperti bertransaksi di bank secara langsung.

Perceived behavioral control terkait dengan persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya suatu perilaku untuk dilaksanakan, dimana dalam hal penggunaan teknologi, generasi *millennial* sama sekali tidak merasakan kesulitan ketika mengaplikasikannya dari sisi internal. Hal ini terlihat pada Gambar 5 yang menunjukkan hampir 99% generasi *millennial* sering menggunakan internet. Sementara, dari sisi eksternal terdapat banyak pro dan kontra dalam penggunaan teknologi untuk menunjang kehidupan sehari-hari, seperti dari sisi keamanan, dan sebagainya, namun generasi *millennial* tetap memiliki tingkat *intention* yang sangat besar terhadap penerimaan hingga penggunaan teknologi maupun berbagai inovasi layanan-layanan berbasis teknologi yang dapat memudahkan kegiatan sehari-hari, seperti pada Gambar 7 yang memperlihatkan tingginya penggunaan *online shop* sebagai media berbelanja terlepas dari berbagai risiko yang dimiliki, seperti barang palsu, barang rusak diperjalanan, dan sebagainya.

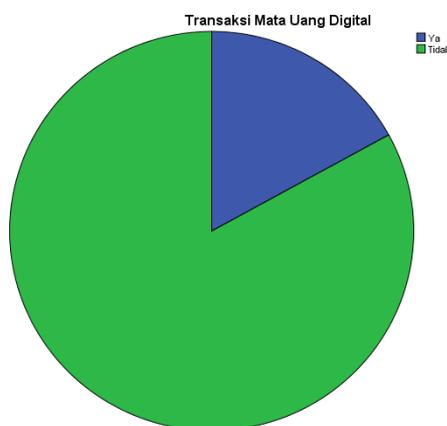
Ketertarikan Generasi Millennial terhadap Virtual Currency

Kecenderungan tinggi terhadap penerimaan teknologi baru yang ditunjukkan oleh kaum *millennial*, berdampak positif terhadap tingkat pengetahuan mereka terkait dengan mata uang digital. Sebagian besar generasi *millennial*, yaitu sebesar 69,8% mengetahui keberadaan mata uang digital atau *virtual currency* yang dapat dilihat pada Gambar 12 sebagai berikut.

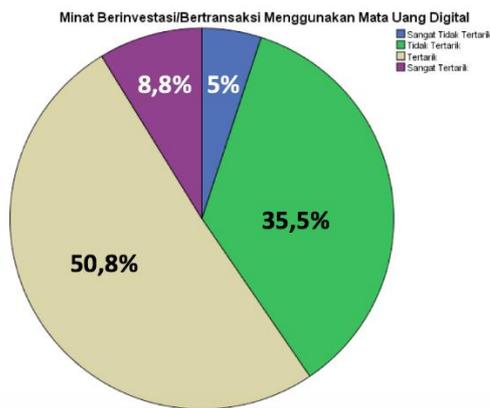


Gambar 12. Pengetahuan Millennial Mengenai Mata Uang Digital

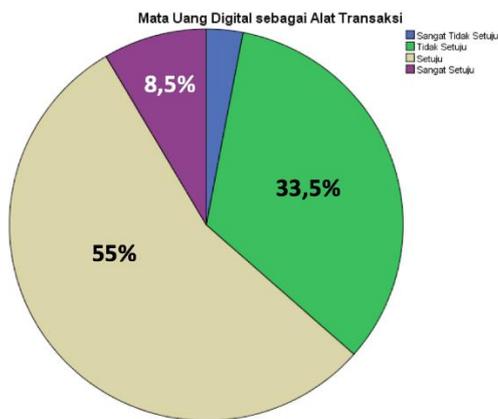
Walaupun masih banyak responden yang belum pernah membeli maupun berinvestasi dengan menggunakan mata uang digital, namun mereka tertarik untuk membeli maupun berinvestasi pada mata uang digital atau *virtual currency* yang ditunjukkan oleh Gambar 13 dan 14 sebagai berikut.



Gambar 13. Pengalaman berinvestasi dan bertransaksi pada mata uang digital



Gambar 14. Tingkat ketertarikan responden untuk berinvestasi pada mata uang digital

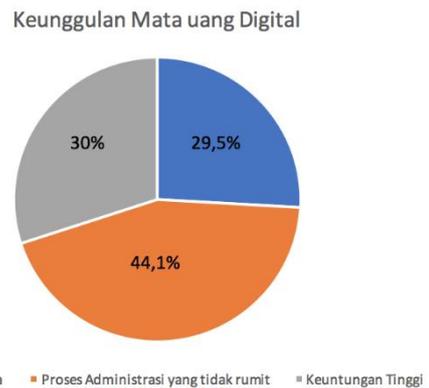


Gambar 15. Pendapat responden mengenai penggunaan mata uang digital sebagai alat transaksi

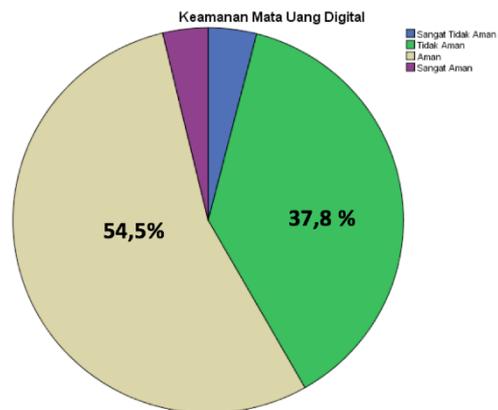
Berdasarkan Gambar 12, 13, dan 14, ditunjukkan bahwa *attitude toward behavior* dan *subjective norm* yang dimiliki generasi millennial terkait dengan mata uang digital menunjukkan kearah yang positif. Sebagian besar dari responden telah mengetahui tentang keberadaan mata uang digital. Hasil ini mengindikasikan bahwa mereka memiliki keingintahuan yang besar bahkan ketertarikan untuk mengenal mata uang digital, walaupun pada umumnya mereka belum pernah bertransaksi menggunakan mata uang digital. Gambar 14 semakin memperkuat fenomena ketertarikan generasi millennial untuk bertransaksi atau berinvestasi pada mata uang digital. Bahkan pada Gambar 15 terlihat bahwa mayoritas generasi millennial juga setuju untuk menjadikan mata uang digital sebagai alat transaksi selayaknya rupiah di Indonesia. Berdasarkan grafik-grafik hasil tersebut,

dapat disimpulkan bahwa *intention* generasi millennial terhadap penggunaan mata uang digital sangat tinggi.

Terdapat berbagai alasan yang menyebabkan ketertarikan generasi millennial terhadap mata uang digital yang dirangkum pada Gambar 16. Pada Gambar 17 juga terlihat bagaimana pendapat responden mengenai tingkat keamanan penggunaan mata uang digital.



Gambar 16. Alasan ketertarikan responden pada mata uang digital



Gambar 17. Pendapat responden mengenai tingkat keamanan mata uang digital

Gambar 16 dan Gambar 17 memperlihatkan bagaimana *perceived behavioral control* generasi millennial terkait dengan mata uang digital. Berbagai faktor, baik internal maupun eksternal memengaruhi *intention* atau ketertarikan generasi tersebut dalam bertransaksi menggunakan mata uang digital. Faktor internal yang menyebabkan ketertarikan mereka terhadap mata uang digital adalah terjaganya privasi mereka pada

saat bertransaksi. Sedangkan, berbagai faktor eksternal yang menyebabkan ketertarikan terhadap mata uang digital adalah mudahnya proses administrasi serta tingkat keuntungan investasi yang tinggi. Berbagai keunggulan tersebut semakin meningkatkan minat generasi *millennial* terhadap mata uang digital. Selain itu, faktor eksternal yang menjadi perhatian dalam penggunaan mata uang digital adalah tingkat keamanan yang dimiliki. Walaupun mayoritas generasi *millennial* yaitu sebesar 54,5% merasa penggunaan mata uang digital sudah aman, namun tidak sedikit yang menganggap bahwa *virtual currency* memiliki risiko yang sangat besar, terlihat dari 37,8% responden menyatakan bahwa mata uang digital tidak aman. Akan tetapi, sekalipun terdapat banyak pro dan kontra berkaitan dengan mata uang digital tidak menyurutkan ketertarikan mereka terhadap mata uang digital. Hal ini disebabkan karena berbagai keunggulan yang dimiliki mata uang digital.

SIMPULAN

Generasi *millennial* saat ini mengakui dan tertarik untuk berinvestasi pada mata uang digital. *Attitude of behavior, subject norm*, serta *perceived behavior control* yang ditunjukkan generasi *millennial* menguatkan *intention* mereka untuk bertransaksi maupun berinvestasi pada mata uang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- [2] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*.
- [3] Blockchain Capital. (2017). *Bitcoin Survey Fall 2017*.
- [4] Cutler, N. (2015). Millennials and Finance: The “Amazon Generation.” *Journal of Financial Service Professionals*, 69, 33–39.
- [5] Goldman Sachs. (2016). *Millennials Coming of Age*. Retrieved from <http://www.goldmansachs.com>
- [6] Kilber, J., Barclay, A., & Ohmer, D. (2014). Seven Tips for Managing Generation Y. *Journal of Management Policy and Practice*, 15, 80–90.
- [7] Luno. (2017). *Apa Pandangan Pengguna Bitcoin di Indonesia?* Retrieved from www.luno.com
- [8] Nugroho, E. F. (2018). Mengenal Blockchain. Retrieved from <https://bpptik.kominfo.go.id>
- [9] Sulaiman, A. (2017). Tenaga Kerja Milenial Hanya Terserap 25 Persen. Retrieved from <https://nusantaranews.co>
- [10] *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan*.
- [11] Wijaya, D. A., & Darmawan, O. (2017). *Blockchain: Dari Bitcoin untuk Dunia*. Jakarta: Jasakom.