

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

NFT (Non Fungible Token), adalah sertifikat keaslian eksklusif yang terdapat di blockchain yang biasanya diterbitkan oleh pencipta asset. NFT diberdayakan pada jaringan rantai Ethereum yang berwujud *currency* kripto, layaknya bitcoin. Jaringan rantai Ethereum membantu bursa NFT dengan memboncengi ETH sebagai *Currency* nya. Baru-baru ini NFT menjadi Bahasan menarik dikarenakan fenomena “Ghozali Everyday”. Fenomena ini sempat membanjiri setiap situs maupun media daring serta luring dalam beberapa pekan. Hal ini dikarenakan Ghozali sebagai creator mendapatkan pendapatan yang cukup fantastis yang ditaksir mencapai 1.7 Miliar pada 2017 sampai 2021 dan masih terus bertambah.

NFT adalah token yang dibentuk, dibuat dan dijaga pada *blockchain* yang dapat digunakan untuk mewakili kepemilikan aset digital seperti karya seni, rekaman, real estat virtual, dan hewan peliharaan. NFT dijual di pasar khusus atau *market place*, seperti *OpenSea*, *Axie Marketplace*, dan *Rarible*. Pada platform ini, investor juga dapat menukar hak properti dengan aset yang mendasari NFT. Dan karena NFT menggunakan teknologi *smart contract blockchain*, NFT dapat diatur sehingga artis atau pemilik asli dapat memperoleh persentase dari semua penjualan setelahnya. Perbedaan utama antara NFT dan *cryptocurrency*, seperti *bitcoin*, adalah bahwa *cryptocurrency* dapat dipertukarkan atau diperjual belikan; *crypto* memiliki nilai dengan jumlah yang sama. Namun, NFT tidak dapat dipertukarkan, artinya NFT tidak dapat ditukar dengan yang lain karena masing-masing unik. Justru, keunikan ini memungkinkan penggunaan NFT untuk mengotentikasi kepemilikan aset digital. Selanjutnya, setiap NFT disimpan di *blockchain* publik dan transparan (seringkali Ethereum). Dengan demikian, NFT adalah aplikasi terdesentralisasi dengan tingkat keterverifikasi yang tinggi, ketahanan tamper, kegunaan,

atomisitas, dan ketertelusuran. Untuk detail tambahan tentang teknis NFT. (Wang et al., 2021)

Pada tahun 2021, perhatian masyarakat dunia terutama Indonesia terhadap NFT meledak, dan pasar NFT menjadi cukup populer di kalangan investor dan kolektor maupun masyarakat awam. Misalnya, pasar NFT terbesar, *OpenSea*, memiliki lebih dari satu juta pengguna tepatnya 1.571.546 pengguna yang membeli dan menjual seni digital dan barang koleksi melalui platform mereka (Chen, Richard. “Ethereum Volume Chart.” *Dune*, <https://dune.xyz/rchen8/opensea>, diakses pada 17 April 2022). Jadi, mengapa NFT memiliki animo sebesar itu?. Dalam penelitian ini, penelitian ini memeriksa faktor-faktor yang menjelaskan perhatian investor maupun masyarakat terhadap token yang tidak dapat dipertukarkan. Peningkatan kesadaran ini dapat dikaitkan dengan beberapa faktor, termasuk kepopuleran seputar teknologi blockchain yang ada karena beberapa kreator dan juga artis. Penulis berpendapat bahwa fluktuasi harga cryptocurrency mungkin telah memainkan peran dalam lonjakan NFT. Penelitian ini melihat bahwa pasar NFT telah mendapat manfaat dari *hype* seputar *cryptocurrency* utama dan beberapa fenomena yang beberapa waktu lalu muncul di Indonesia, terutama Bitcoin dan *Ethereum* oleh *Opensea* dan kreator *Ghozali Everyday*, sebagai mata uang digital dengan kapitalisasi pasar terbesar. Bitcoin dan *Ethereum* telah menyedot animo besar baru-baru ini oleh fenomena-fenomena yang beredar, dan tidak dapat disangkal telah mengambil peran penting di pasar keuangan global. Penulis juga memeriksa ketergantungan dari transaksi *Etherium* secara detail, karena NFT secara langsung terdaftar pada *smart contract blockchain Ethereum* dan sering dinilai dalam *cryptocurrency* “*ETH*”.

Fenomena yang ada juga menciptakan animo masyarakat dalam mencari tau sampai mencoba bisnis digital secara NFT. Salah satu keterkaitan dengan melihat e-WOM atau electronic word of mouth yang beredar di media luring seperti media sosial dan internet. Public figure seperti politikus, artis sampai seniman mencoba peruntungan di bagian bisnis NFT terkhusus NFT Art

ataupun Crypto Art. Dalam hal ini, sangat menarik jika melihat pengaruh *e-Wom* yang ada pada masyarakat Indonesia terkhusus pada minat masyarakat pada NFT yang sebenarnya sudah ada sejak tahun 2017.

Penelitian ini memberikan bukti baru untuk faktor-faktor yang menarik perhatian investor maupun masyarakat Indonesia ke pasar NFT. Jika diamati dalam penelitian, ini adalah studi pertama yang memeriksa tingkat perhatian pada token yang tidak dapat dipertukarkan serta fluktuasi harga *crypto* melalui pendekatan *e-Wom*. Selain itu penelitian ini juga melihat bahwa animo yang tinggi dari masyarakat Indonesia tidak diimbangi dengan regulasi pasar yang sampai saat ini pemerintah Indonesia seperti Tarik ulur mengenai regulasi *cryptocurrency* dan NFT. Hal ini menunjukkan anggapan bahwa Indonesia belum sepenuhnya menerima tentang transaksi dengan model *blockchain* ini. NFT dan *cryptocurrency* juga menunjukkan tingkat kepercayaan yang masih ambigu di kalangan masyarakat tertentu. Lalu, pasar NFT mulai mendapatkan perhatian utama pada awal 2021, bertepatan dengan kenaikan harga di semua mata uang kripto utama. Oleh karena itu, dengan menggunakan database yang menampilkan data mingguan aktivitas pencarian *Google* untuk topik “non-fungible token” dan dua NFT paling populer, “Cryptopunk” dan “Decentraland,” serta “Ghozaly Everiday” antara 2017 dan 2021, Penelitian ini mengeksplorasi apakah perhatian NFT yang terkait dengan harga mata uang kripto serta *e-WOM* yang berada di Indonesia secara keseluruhan. Penelitian ini menguji hipotesis menggunakan berbagai model SEM. Pada penelitian ini memilih model empiris berdasarkan pengalaman literatur sebelumnya. Pada penelitian ini juga akan melakukan beberapa *research* terhadap NFT *trading* dan *minting* yang ada di Indonesia untuk melihat apakah dampak fenomena yang berkembang di Indonesia menambah keinginan dalam menggunakan produk NFT yang keseluruhannya akan dilakukan dengan metode sampling dan penyebaran kuesioner secara daring. Dari hasil pengujian dan observasi dalam fenomena ini, penelitian ini juga ingin melihat apakah Indonesia siap

dan mau untuk menerima masuknya *Cryptocurrency* dan NFT dengan segala regulasi nya.

1.2. Rumusan Masalah

Euforia dan juga *hype* yang dibawa terhadap *cryptocurrency* serta NFT juga terus mendongkrak kenaikan pengguna dan transaksi akan kedua hal tersebut (Pinto-Gutiérrez et al., 2022). Banyak *trader* maupun kreator baru bermunculan dikarenakan fluktuasi harga *crypto* serta promosi melalui *public figure* lewat media digital yang ada saat ini. Pada penelitian sebelumnya terlihat bahwa *hype* dari *crypto* dan NFT menjadikan faktor utama dalam pengaruh munculnya *trader* serta kreator.

Penelitian ini diharapkan dapat melihat perkembangan NFT secara langsung di Indonesia melalui kekuatan *e-Wom* yang tersebar serta fluktuasi harga *crypto* dan juga kemungkinan dari NFT serta *crypto* dapat diterima. Berdasarkan pembahasan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah adopsi informasi berpengaruh positif terhadap niat transaksi NFT di Indonesia?
- b. Apakah e-WOM berpengaruh terhadap niat transaksi NFT di Indonesia?
- c. Apakah fluktuasi harga *crypto* seperti *Bitcoin* dan *Etherium* serta *e-WOM* berpengaruh pada niat transaksi NFT?
- d. Apakah promosi NFT berpengaruh terhadap niat transaksi NFT di Indonesia?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan

tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini melalui lima variabel yang digunakan seperti *e-wom*, promosi, adopsi informasi, fluktuasi harga serta niat transaksi sebagai tujuan penelitian ini. adalah sebagai berikut:

- a. Promosi sebagai bentuk variable yang mirip dengan dengan e-Wom. Kotler dan Keller (2016) menyatakan promosi merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen atau pasar yang dituju, dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk/perusahaan agar mereka mau membeli. Pada penelitian ini, promosi yang dilakukan melalui media daring dengan berbagai *platform* yang saat ini ada, terkhusus nya pada Crypto dan NFT yang menggunakan *webpage* dan twitter serta telegram.
- b. E-Wom sendiri menjadikan faktor penentu untuk melakukan suatu transaksi, fakta bahwa *e-wom* sekarang dianggap sebagai faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Bataneh, 2015), namun hal ini juga dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas informasi serta bentuk informasi yang ada (Erkan & Evans, 2016). Dalam kasus NFT rata-rata investor ataupun pengguna menelaah *e-wom* melalui media sosial seperti Twitter sampai pada model investasi yang beredar di jejaring sosial.
- c. Adopsi Informasi adalah salah satu awal penyerapan informasi yang ada pada media daring atau e-Wom. Keterkaitan niat transaksi pada suatu produk termasuk NFT menjadikan hal penting untuk melihat seberapa besar Informasi yang beredar di media sosial maupun luring menjadi factor penentu untuk melakukan suatu transaksi (Erkan & Evans, 2016).
- d. Fluktuasi Harga menjadi faktor penting dalam melakukan investasi yang sendirinya melihat keadaan pasar yang didukung oleh *e-wom* sebagai faktor pendukung dalam validitas data untuk pengguna dalam mengambil keputusan bertransaksi (Pinto-Gutiérrez et al., 2022).

- e. Niat transaksi sebagai variabel independen dalam penelitian ini merupakan niat membeli sering disebut dengan komponen konatif pada sikap yang berkaitan dengan kemungkinan konsumen untuk membeli produk tertentu (Schiffman et.al. 2015). Pada instrumen penelitian ini berupa produk investasi elektronik yaitu NFT maupun Crypto yang pada perkembangannya menggunakan media daring sebagai media perantara dalam mempromosikan produk serta transaksi. Empat variabel diatas menjadikan syarat untuk melihat bukti serta indikator dalam niat transaksi yang ada dalam NFT serta Crypto (Erkan & Evans, 2016).

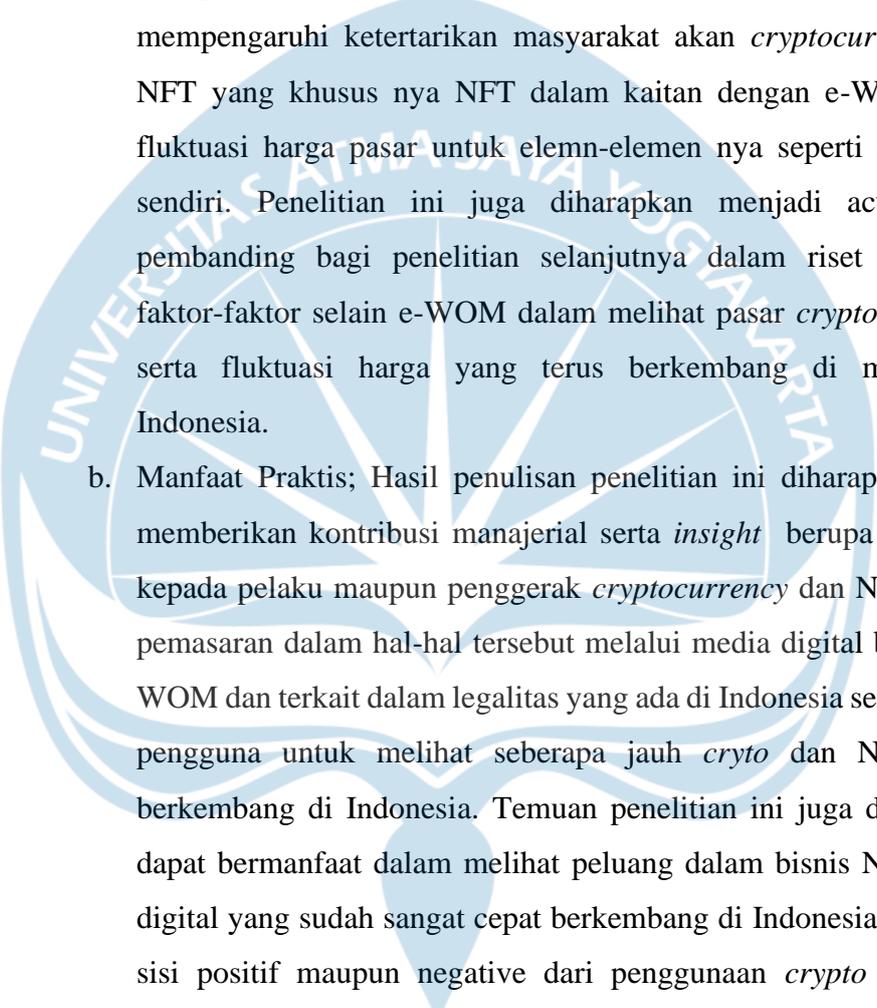
1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan ke-empat poin rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, maka tujuan yang ingin dicapai sekaligus menjawab rumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil penelitian seperti berikut:

- a. Menganalisis dan menelaah Fenomena e-WOM yang muncul di Indonesia terkait *cryptocurrency* dan NFT menjadi pengaruh terhadap naiknya *hype* akan penggunaan produk-produk *crypto* dan NFT
- b. Melihat dan mengetahui fluktuasi harga *crypto* seperti *Bitcoin* dan *Etherium* serta *e-WOM* yang beredar di masyarakat dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam melakukan kegiatan *trading* dan *minting* dalam NFT

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan partisipaso untuk perkembangan *cryptocurrency* dan *NFT* baik secara teoritis maupun praktis, yang dijelaskan sebagai berikut:

- 
- a. Manfaat Teoritis; hasil penulisan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi secara akademis bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang ilmu manajemen e-bisnis. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta memperkuat teori mengenai faktor secara umum dan khusus yang mempengaruhi ketertarikan masyarakat akan *cryptocurrency* dan NFT yang khususnya NFT dalam kaitan dengan e-WOM serta fluktuasi harga pasar untuk elemen-elemen nya seperti *crypto* itu sendiri. Penelitian ini juga diharapkan menjadi acuan serta pembandingan bagi penelitian selanjutnya dalam riset mengenai faktor-faktor selain e-WOM dalam melihat pasar *crypto* dan NFT serta fluktuasi harga yang terus berkembang di masyarakat Indonesia.
- b. Manfaat Praktis; Hasil penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi manajerial serta *insight* berupa informasi kepada pelaku maupun penggerak *cryptocurrency* dan NFT terkait pemasaran dalam hal-hal tersebut melalui media digital baik itu e-WOM dan terkait dalam legalitas yang ada di Indonesia serta perilaku pengguna untuk melihat seberapa jauh *crypto* dan NFT dapat berkembang di Indonesia. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam melihat peluang dalam bisnis NFT di-era digital yang sudah sangat cepat berkembang di Indonesia, baik dari sisi positif maupun negative dari penggunaan *crypto* dan NFT kedepannya.