

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan ekonomi dunia yang semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital telah mendorong peningkatan aktivitas keuangan seperti investasi tidak lagi terbatas terhadap kalangan profesional, melainkan telah merambah ke generasi muda. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang tumbuh dalam era digitalisasi yang memiliki akses mudah kedalam teknologi digital dan cenderung akan lebih terbuka terhadap perubahan sosial dan budaya (Drs. Sudaryanto. MBA. et al., 2024). Namun dengan adanya ketersediaan informasi luas, hal ini membuat individu Gen Z tidak selalu sebanding dengan kemampuan analitis dalam menilai risiko yang diambil.

Pernyataan ini didukung hasil survei yang dilakukan oleh (OJK, 2019) Dimana pada tahun 2018-2020 terjadi adanya peningkatan jumlah literasi keuangan, namun pada tahun 2020 terdapat penurunan terhadap literasi keuangan dikarenakan adanya pandemi covid-19. Fakta tersebut memperlihatkan bahwa Generasi Muda belum memiliki literasi keuangan cukup baik, sehingga dapat menyebabkan perilaku keuangan pengambilan keputusan mengenai finansial seringkali impulsif. Meskipun Generasi Z mempunyai jangkauan yang lebih luas dalam mengakses informasi keuangan melalui perkembangan digital, kondisi tersebut jika tidak disertai kemampuan dalam memahami keuangan yang cukup dapat menyebabkan individu cenderung akan mengambil keputusan investasi secara impulsif tanpa mempertimbangkan risiko secara rasional

Salah satu fenomena yang semakin sering terjadi pada era digital ini adalah *Fear of Missing Out (FoMO)*. FoMO merupakan kondisi kecemasan karena merasa akan tertinggal dari peluang atau pengalaman berharga yang dimiliki oleh orang lain (Przybylski et al., 2013). Pada konteks keuangan terutama dalam hal investasi, FoMO mampu mendorong seseorang, terutama Gen Z dalam menentukan pilihan terkait finansial secara impulsif tanpa adanya keputusan rasional, hanya disebabkan oleh adanya tren yang viral (Gupta & Shrivastava, 2021). Fenomena ini menjelaskan alasan sebagian investor muda lebih berorientasi pada keuntungan semata dibandingkan dengan analisis fundamental. Fenomena ini juga mengakibatkan individu mengambil keputusan secara impulsif, Dimana individu memiliki rasa takut akan kehilangan kesempatan. Pemicu psikologis ini memotivasi individu untuk mengambil tindakan dengan cepat tanpa memikirkan risiko. Hal ini bisa dikatakan bahwa individu memiliki akses informasi digital semakin luas, tidak menutup kemungkinan bahwa individu masih rentan mengambil keputusan investasi secara tidak rasional akibat pengaruh faktor psikologis seperti *Fear of Missing Out (FoMO)*.

Adanya bias psikologis seperti FoMO dalam konteks keuangan terutama dalam hal investasi semakin diperkuat dengan adanya media sosial, terutama pada platform tiktok yang menyajikan konten secara cepat, singkat, dan persuasive. Tiktok merupakan aplikasi yang paling banyak diunduh secara global pada tahun 2020 dan 2021 (Barta et al., 2023). Dan pengguna tiktok rata-rata ialah Generasi Muda (Gen Z). Fakta tersebut dibuktikan berdasarkan hasil penelitian (Ying et al., 2025) yang menyebutkan bahwa tiktok sangat populer dikalangan remaja dan anak

muda. Maraknya konten video pendek terkait informasi, edukasi maupun tips seputar pengelolaan keuangan pribadi atau investasi yang beredar seringkali tidak tersertifikasi. Karakteristik tiktok yang berbasis konten singkat dan viral menjadikan informasi keuangan sering dipersingkat atau disederhanakan, sehingga berpotensi menyesatkan dan memicu perilaku investasi secara tidak rasional. Hal ini dapat memunculkan tantangan baru, Dimana akses informasi meningkat sedangkan kualitas informasi yang muncul karena adanya media sosial menjadi sumber risiko terhadap Gen Z dalam perilaku keuangannya (Barberis & Thaler, 2003).

Informasi yang viral dan rekomendasi dari *Influencer* Keuangan seringkali mendorong individu dalam mengikuti tren keuangan tanpa adanya analisis lebih dalam. Kajian yang dilakukan oleh (Saputri et al., 2023) menyatakan bahwa FoMO memberikan pengaruh baik terhadap minat investasi, dimana individu cenderung akan melakukan perilaku keuangan terutama dalam hal investasi karena dorongan mengikuti tren yang sedang berkembang. Hal ini didasarkan pada penelitian (Wilamsari et al., 2025) yang mengemukakan bahwa FoMO memberikan pengaruh yang cukup relevan terhadap penentuan terkait investasi Generasi Z, dikarenakan adanya paparan informasi dari media sosial yang tinggi. Munculnya fenomena FoMO semakin memperkuat kecenderungan perilaku impulsif individu. Individu akan terdorong untuk mengikuti tren yang sedang viral karena adanya rasa takut tertinggal peluang, bukan berdasarkan analisis yang matang. Kondisi inilah yang mengidentifikasi bahwa keputusan investasi Gen Z tidak hanya dipengaruhi oleh

faktor rasional, namun juga oleh faktor psikologis dan sosial yang dapat menurunkan kualitas pengambilan keputusan individu.

Pemahaman keuangan juga dinilai sebagai faktor penting yang mampu membantu individu dalam menentukan investasi yang lebih rasional. Sebagaimana dijelaskan oleh (M. Khoerul Mubin et al., 2024) pemahaman keuangan mengacu pada pola pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan individu untuk dapat memahami dan mengelola aspek keuangan, yang bertujuan untuk membantu mereka dalam membuat keputusan terutama dalam hal finansial yang tepat. Dengan adanya individu maka pemahaman keuangan yang baik akan dapat memahami risiko kesalahan serta manfaat investasi, sehingga mampu menghindari pengaruh dari tekanan sosial atau tren yang sedang berlangsung. Pernyataan ini sesuai dengan hasil studi yang dilaksanakan oleh (Saputri et al., 2023) yang menunjukkan bahwa adanya pemahaman keuangan mampu memperlemah pengaruh bias psikologis FoMO terhadap penentuan terkait investasi, sehingga literasi keuangan berperan sebagai faktor pengendali individu dalam perilaku keuangan. Namun hasil berbeda ditemukan oleh (Wilamsari et al., 2025) menjelaskan bahwa literasi keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh FoMO terhadap penentuan investasi, hal tersebut menunjukkan bahwa peran dalam memahami keuangan belum mampu mengendalikan FoMO secara konsisten.

Perbedaan penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan hasil antara peran literasi keuangan terhadap fenomena FoMO. Sebagaimana penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat menekan pengaruh FoMO, sementara penelitian lain menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan.

Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa masih ada kesenjangan penelitian mengenai literasi keuangan yang mempengaruhi FoMO, khususnya pada Generasi Z yang bisa dibilang aktif dalam penggunaan media sosial seperti tiktok. Selain itu penelitian sebelumnya banyak menempatkan pemahaman keuangan berperan dalam variabel moderasi, dimana hal ini adanya keterkaitan antara FoMO dengan penentuan investasi. sementara itu, penelitian yang membahas pengaruh antara literasi keuangan terhadap FoMO masih relatif terbatas, terutama dalam konteks penggunaan media sosial seperti pada platform tiktok yang menjadi sumber informasi investasi.

Penelitian ini difokuskan pada Generasi Z di kota Surabaya, dikarenakan kota Surabaya menjadi salah satu wilayah dengan kontribusi investasi terbesar di Indonesia. Menurut data pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTST, 2025) mencatat bahwa provinsi Jawa Timur menempati peringkat ketiga realisasi investasi nasional dengan kontribusi sebesar 7,9 %. Dari total penduduk di Jawa Timur, Gen Z menyumbang sekitar 24,8 % dengan jumlah tertinggi terletak di kota Surabaya (BPS, 2021). Gen Z merupakan penduduk yang lahir antara tahun 1997 – 2012 (BPS). Berdasarkan data pada BPS, Generasi Z di Indonesia saat ini menjadi kelompok demografis dengan proporsi terbesar, yakni sekitar 27,94% dari total penduduk, yang setara dengan kurang lebih 27,93 juta jiwa. Kondisi ini yang menjadikan Generasi Z di kota Surabaya rentan terhadap fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam perilaku keuangan terutama dalam hal pengambilan keputusan investasi. Keadaan ini yang mendorong peneliti tertarik untuk meneliti perilaku keuangan pada Generasi Muda (Gen Z)

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berfokus untuk menganalisis secara lebih mendalam terkait dengan pengaruh literasi keuangan terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO), serta implikasinya terhadap pengambilan keputusan investasi individu pada Generasi Z. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman keuangan sekaligus mengurangi potensi perilaku finansial yang bersifat impulsif di kalangan Generasi Z.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Literasi keuangan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi?
2. Apakah *Influencer* Keuangan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi ?
3. Apakah Literasi keuangan berpengaruh terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO)?
4. Apakah *Influencer* Keuangan berpengaruh terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO)?
5. Apakah *Fear of Missing Out* (FoMO) berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi individu Gen Z?
6. Apakah *Fear of Missing Out* (FoMO) memediasi antara pengaruh literasi keuangan dan pengambilan keputusan investasi Individu Gen Z
7. Apakah *Fear of Missing Out* (FoMO) memediasi antara pengaruh *Influencer* Keuangan sosial media (tiktok) dan pengambilan keputusan investasi Individu Gen Z?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diumuskan, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menguji pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi
2. Menguji pengaruh *Influencer* Keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi
3. Menguji pengaruh literasi keuangan terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO)
4. Menguji pengaruh *Influencer* Keuangan terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO)
5. Menguji pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap pengambilan keputusan investasi individu Gen Z
6. Menguji faktor *Fear of Missing Out* (FoMO) memediasi antara pengaruh literasi keuangan dan pengambilan keputusan investasi Individu Gen Z
7. Menguji faktor *Fear of Missing Out* (FoMO) memediasi antara pengaruh *Influencer* Keuangan sosial media (tiktok) dan pengambilan keputusan investasi Individu Gen Z

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan lebih lanjut tentang pengambilan keputusan investasi terutama pada Generasi Z yang saat ini tertarik terhadap investasi. Dengan adanya penelitian ini mereka diharapkan

dapat membuat Keputusan investasi lebih bijak dan mengurangi risiko akibat FOMO.

2. Secara Praktis

a. Bagi Subjek atau Gen Z

Penelitian ini dapat membantu individu Gen Z dalam memahami pentingnya literasi keuangan dan dampak dari pengaruh *Influencer* Keuangan media sosial, terutama tiktok dalam membuat keputusan investasi. Adanya pemahaman ini diharapkan Gen Z akan lebih terinformasi dan bijaksana dalam mengambil keputusan investasi.

b. Bagi Pendidik Keuangan

Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang program studi atau edukasi pengelolaan keuangan yang lebih efisien dan relevan seperti memperhatikan sifat Gen Z. Selain itu, penelitian ini juga bisa dijadikan referensi untuk mengembangkan regulasi dalam melindungi investor muda dan praktik investasi yang berisiko akibat pengaruh sosial media khususnya tiktok.

c. Bagi *Influencer* Keuangan/ Pengelola Platform Media Sosial

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi *Influencer* Keuangan yang akan mengelola platform media sosial seperti tiktok untuk lebih bertanggung jawab dalam memberikan konten yang berkaitan dengan investasi. Hal ini dapat membantu menciptakan lingkungan digital yang mendukung pengambilan keputusan investasi secara sehat dan

pengurangan penyebaran informasi yang melebih-lebihkankan keuntungan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi dasar bagi penelitian lanjutan dalam bidang keputusan investasi. Memberikan referensi yang dapat digunakan pada penelitian selanjutnya serta titik awal bagi peneliti lain untuk mengeksplorasi aspek aspek terkait, seperti aspek-aspek untuk mengurangi dampak negatif FoMO di kalangan Gen Z, atau pengaruh FoMO terhadap Variabel keuangan lainnya.