

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah secara fundamental berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pola perilaku keuangan dan keputusan investasi. Kemudahan akses informasi melalui media sosial, aplikasi investasi, dan platform instrumen trading telah membuat investasi menjadi semakin dekat dengan masyarakat, khususnya generasi muda. Berinvestasi bukan hanya sekadar cara untuk mengembangkan asset, melainkan juga sarana penting untuk mewujudkan tujuan dan aspirasi finansial jangka panjang, termasuk kemandirian gaya hidup yang baik (Apriliawati & Indriastuti, 2025).

Kemudahan akses terhadap informasi investasi mendorong semakin banyak generasi muda mengenal berbagai instrument investasi. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memiliki peluang yang besar untuk mulai memahami pentingnya investasi sejak dini. Namun demikian, tidak semua mahasiswa yang tertarik terhadap investasi memiliki pemahaman yang memadai mengenai instrument investasi, resiko yang menyertainya, serta mekanisme investasi yang tepat. Bagi investor pemula, khususnya mahasiswa, pemahaman mengenai investasi menjadi sangat penting agar dapat menghindari keputusan investasi yang spekulatif dan berisiko tinggi.

Seiring perkembangan teknologi digital, berbagai instrumen investasi kini semakin mudah diakses oleh masyarakat, termasuk mahasiswa. Salah satu instrumen investasi yang banyak diperkenalkan melalui media sosial dan platform digital adalah investasi di pasar modal, khususnya saham. Kemudian pembukaan rekening investasi secara daring, banyak konten edukasi investasi, serta rendahnya modal awal investasi membuat instrumen tersebut semakin dikenal oleh generasi muda. Namun demikian, meningkatnya ketertarikan terhadap investasi belum tentu diikuti oleh pemahaman yang memadai

mengenai risiko dan karakteristik investasi yang dipilih. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat investasi mahasiswa dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor psikologis maupun faktor pengetahuan keuangan.

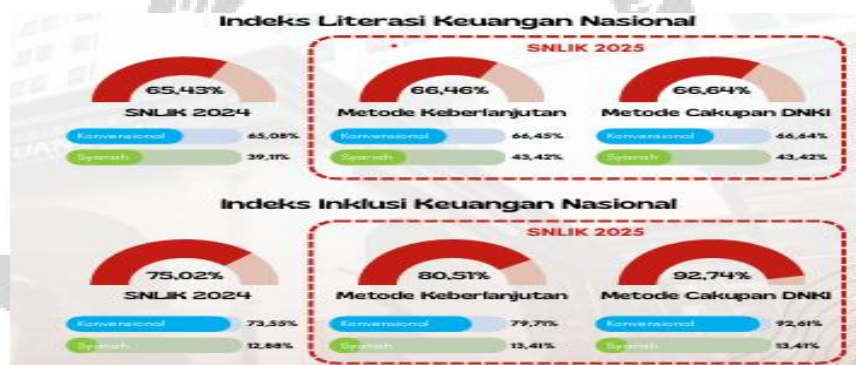
Salah satu fenomena psikologis yang semakin dominan adalah *Fear of Missing Out* (FoMO). FoMO merupakan kondisi psikologis di mana individu merasa cemas atau khawatir tertinggal dari tren, peluang, atau kesuksesan yang dialami orang lain. Di kalangan mahasiswa, FoMO sering kali dipicu oleh paparan media sosial yang menampilkan cerita sukses investasi secara berlebihan, sehingga mendorong keputusan investasi yang impulsif tanpa pertimbangan risiko yang matang (Lestari & Ramadhani, 2024).

Fenomena FoMO menjadi semakin relevan dalam era digital karena media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi keuangan dan investasi. Informasi mengenai investasi yang tersebar secara masif melalui media sosial dapat menimbulkan rasa penasaran sekaligus kecemasan untuk tidak tertinggal tren yang sedang berkembang. Kondisi tersebut dapat meningkatkan minat seseorang untuk berinvestasi, meskipun dalam beberapa kasus keputusan yang diambil belum tentu didasarkan pada pertimbangan yang rasional (Cindiyasari & Jannah, 2025).

Di sisi lain, faktor kognitif yang tidak kalah penting dalam membentuk minat investasi adalah Literasi Keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan finansial. Definisi ini sejalan dengan pandangan (Nurazi, 2024) yang menjabarkan literasi keuangan sebagai kemampuan individu untuk memahami, mengelola, dan menggunakan informasi serta sumber daya keuangan secara efektif, bijaksana, dan bertanggung jawab, yang mencakup kemampuan menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, memahami produk keuangan, serta menilai risiko dan potensi imbal hasil investasi. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu

mengevaluasi pilihan investasi, menyesuaikan risiko dengan kemampuan finansial, serta memiliki orientasi investasi jangka panjang. Sebaliknya, mahasiswa dengan literasi keuangan yang rendah cenderung kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi dan rentan terhadap keputusan investasi yang kurang rasional. Oleh karena itu, literasi keuangan diduga berperan penting dalam membentuk minat investasi mahasiswa.

Survei Nasional Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 yang dirilis Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistika (BPS), indeks literasi keuangan nasional mencapai 66,46% pada tahun 2025 (naik dari 65,43% pada SNLIK 2024), sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 80,51%. Pada kelompok usia muda (18-25 tahun), literasi keuangan berada di angka sekitar 73,22%. Survei ini dilakukan di 34 provinsi dengan melibatkan 10.800 responden. (Widyasanti & Dewi, 2025)



Gambar 1. 1 Presentase Indeks Literasi Keuangan 2024 dan 2025

Sebagai studi pendahuluan, peneliti melakukan pra-survei terhadap 30 mahasiswa untuk memperoleh gambaran awal mengenai *Fear of Missing Out* (FoMO), literasi keuangan dan minat investasi mahasiswa. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) memperoleh presentase 59,20%, literasi keuangan sebesar 72,53% dan minat investasi sebesar 70,93%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan dan minat investasi yang relatif baik, namun kecenderungan FoMO masih ditemukan pada Sebagian responden. Kondisi ini mengindikasikan bahwa minat investasi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan

keuangan, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis yang berkembang melalui media sosial dan lingkungan sosial.

Penelitian ini didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (Icek, 1991) yang menjelaskan bahwa niat (*Intention*) seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, termasuk minat berinvestasi, dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavior control*. Dalam konteks ini, (FoMO) dapat dikaitkan dengan norma subjektif karena dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan tren yang berkembang di masyarakat. Sementara itu, literasi keuangan berperan dalam membentuk sikap dan pemahaman mahasiswa terhadap investasi. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut diduga memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda mengenai pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan literasi keuangan terhadap minat investasi. Hasil penelitian dari (Tedianita & Purwaningrum, 2024), menemukan bahwa FoMO dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, baik secara parsial maupun simultan. Namun, hasil penelitian dari (Agustini *et al.*, 2023) menemukan bahwa FoMO berpengaruh negatif terhadap minat investasi mahasiswa sedangkan literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi relatif konsisten, sedangkan pengaruh FoMO masih menunjukkan hasil yang inkonsisten. Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan pada mahasiswa fakultas ekonomi atau universitas negeri, sedangkan penelitian yang secara khusus mengkaji mahasiswa vokasi di universitas swasta masih sangat terbatas. Oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan.

Universitas Kristen Indonesia (UKI) sebagai salah satu perguruan tinggi swasta di Jakarta memiliki program Pendidikan vokasi yang secara langsung menyiapkan mahasiswa untuk memasuki dunia kerja. Mahasiswa vokasi UKI, sebagai bagian dari generasi muda Indonesia, menghadapi tantangan yang sama dalam era digital, yaitu paparan informasi investasi yang massif di media

sosial di satu sisi, dan kebutuhan akan literasi keuangan yang memadai di sisi lain. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi konkret bagi pengembangan program literasi keuangan di lingkungan kampus UKI.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa Universitas Kristen Indonesia dengan melibatkan seluruh mahasiswa aktif Fakultas Vokasi UKI dari berbagai angkatan. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi *research gap* yang ada sekaligus memberikan kontribusi empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi mahasiswa di era digital.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Vokasi Universitas Kristen Indonesia?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Vokasi Universitas Kristen Indonesia?
3. Apakah *Fear of Missing Out* (FOMO) dan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Vokasi Universitas Kristen Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Vokasi Universitas Kristen Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Vokasi Universitas Kristen Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh FOMO dan literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Vokasi Universitas Kristen Indonesia.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan *Theory of Planned Behavior* dengan mengintegrasikan variabel psikologis (FoMO) dan kognitif (literasi keuangan) dalam konteks minat investasi di era digital.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Vokasi UKI : Memberikan pemahaman tentang bagaimana FoMO dan literasi keuangan memengaruhi minat investasi, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan pengambilan keputusan yang lebih rasional.
2. Bagi Program Studi dan Fakultas Vokasi UKI : Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dalam pengembangan program edukasi literasi keuangan dan investasi bagi mahasiswa.
3. Bagi peneliti selanjutnya : Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan acuan dalam pengembangan penelitian yang berkaitan dengan FoMO, literasi keuangan, dan minat investasi mahasiswa.