

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Z (lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an) merupakan kelompok demografi yang tumbuh di era digital dan memiliki karakteristik unik dalam pengambilan keputusan keuangan. Dengan akses yang luas terhadap teknologi dan informasi, mereka menunjukkan perilaku keuangan yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya.

Penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki sikap positif terhadap investasi, terutama investasi saham, karena mereka menilai pentingnya investasi untuk masa depan serta memiliki minat tinggi terhadap potensi keuntungan. Namun, keputusan investasi mereka juga sering dipengaruhi oleh perilaku kelompok dan pengalaman emosional seperti rasa percaya diri berlebih (*overconfident*) atau penyesalan investasi sebelumnya (Gufron & Wibowo, 2024, Addinpujoartanto & Darmawan, 2020).

Selain itu, literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan dan keputusan investasi. Studi menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan dan keputusan investasi Generasi Z, dengan perilaku keuangan bertindak sebagai mediator antara keduanya. Artinya, semakin tinggi kemampuan memahami keuangan, semakin rasional keputusan investasi yang diambil (Siregar, 2025). Kondisi ini selaras dengan temuan Cahyono *et al.* (2025) yang menyatakan bahwa kurangnya pemahaman masyarakat tentang pengelolaan keuangan, risiko utang, dan legalitas layanan keuangan sering kali membuat mereka terjebak dalam praktik keuangan yang tidak etis. Pendidikan literasi keuangan yang memadai diperlukan untuk meningkatkan kemampuan individu dalam mengambil keputusan.

Dalam konteks perilaku keuangan, faktor-faktor seperti efikasi diri, perilaku pengelolaan uang, dan herding juga terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan investasi Generasi Z (Hidayat *et al.*, 2023). Mereka tidak berani mengambil risiko, namun masih rentan terhadap pengaruh sosial dan tren pasar yang memicu fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* (Fadila *et al.*, 2025).

Sementara itu, penelitian lain menegaskan bahwa perilaku keuangan Generasi Z dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan efikasi diri, yang secara bersama-sama membentuk perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab dan mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (Fitriani, 2020).

Generasi Z juga menunjukkan transisi perilaku dari menabung ke berinvestasi, seiring meningkatnya akses ke teknologi finansial (*fintech*) dan layanan investasi yang berani. Hal ini menandai perubahan paradigma dari perilaku konsumtif menjadi produktif secara finansial (Michaela *et al.*, 2022).

Fear of Missing Out (FOMO) adalah salah satu fenomena psikologis yang banyak mendapat perhatian. Perkembangan teknologi digital dan media sosial dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap pola perilaku keuangan generasi muda. FOMO menggambarkan ketakutan seseorang untuk melewatkan peluang investasi yang sedang tren dan viral, yang pada akhirnya mendorong individu mengambil keputusan secara impulsif dan berisiko tinggi tanpa analisis yang memadai (Jajoo & Kumar B, 2025). Dalam dunia investasi, FOMO menyebabkan seseorang mengikuti tren

pasar hanya karena dorongan emosional atau karena merasa tertinggal dibandingkan investor lain. Kondisi ini sangat potensial dialami oleh mahasiswa, termasuk mahasiswa akuntansi yang aktif menggunakan media sosial serta terpapar berbagai informasi investasi.

Mahasiswa akuntansi secara akademik memiliki bekal pengetahuan keuangan dan investasi yang lebih baik dibandingkan mahasiswa dari bidang lain. Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan saja tidak menjamin seseorang bebas dari bias perilaku. FOMO tetap dapat melemahkan pertimbangan rasional mahasiswa, terutama ketika mereka dihadapkan pada informasi investasi yang viral atau menunjukkan keberhasilan orang lain secara berlebihan. *Behavioral Finance Theory* menjelaskan bahwa faktor psikologis seperti emosi, bias kognitif, dan tekanan sosial dapat menyebabkan pengambilan keputusan investasi yang tidak rasional. Fonseca. (2025) menegaskan bahwa pelajar sebagai investor pemula sangat rentan terhadap bias perilaku terutama ketika mereka menerima informasi keuangan yang bersifat persuasif atau viral melalui platform digital.

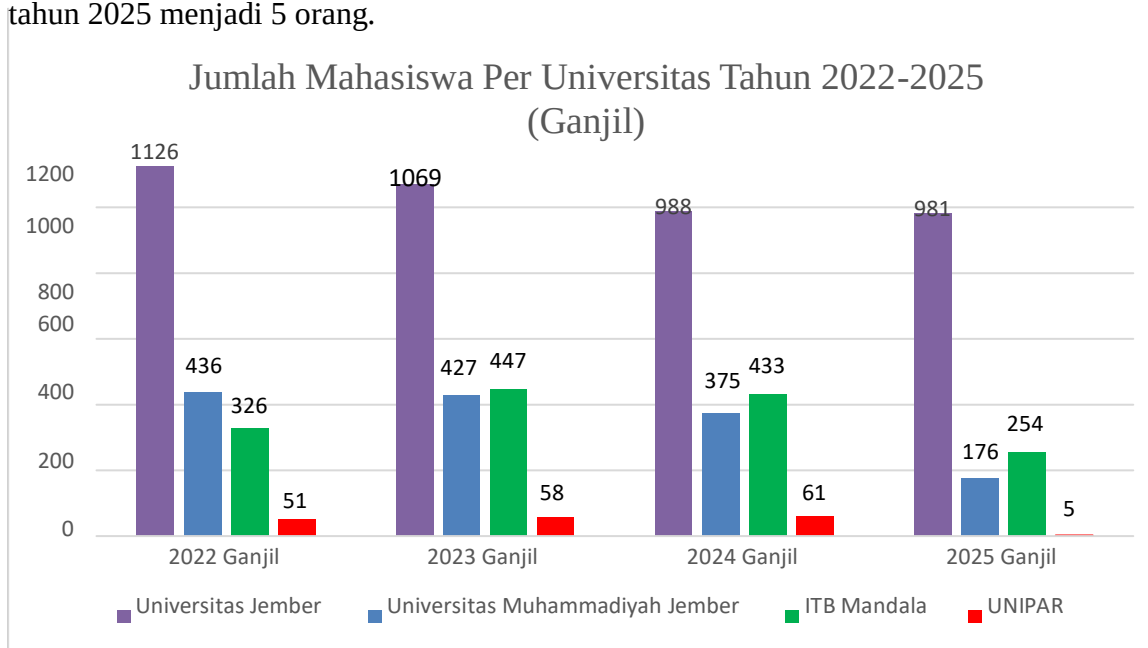
Selain aspek psikologis, *Media Social and Digital Influence Theory* juga memandang bahwa media sosial, influencer, dan lingkungan pertemanan memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku investasi generasi muda. Farhan Abid Pratama *et al.* (2025) menemukan bahwa media sosial dan lingkungan sosial mahasiswa merupakan pemicu utama munculnya FOMO dan *herding behavior* di kalangan mahasiswa akuntansi. Ketika mahasiswa melihat keberhasilan investasi teman atau figur digital, mereka terdorong untuk ikut berinvestasi meskipun belum memahami secara memadai mengenai risiko dan imbal hasil yang seharusnya dipertimbangkan. Hal ini sejalan dengan temuan Syafrian. (2025) yang menjelaskan bahwa sumber informasi dari media sosial dan lingkaran pertemanan merupakan input terkuat dalam memicu FOMO pada generasi muda.

Sejumlah penelitian lain turut menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi tetap rentan terhadap pengaruh FOMO meskipun memiliki pendidikan formal di bidang keuangan. Penelitian Siregar & Anggraeni. (2022) mendapati bahwa mahasiswa akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha belum memiliki literasi keuangan optimal dan masih bergantung pada tren pasar dalam membuat keputusan investasi. Prastiwi *et al.* (2023) menemukan bahwa generasi Z, termasuk mahasiswa, banyak melakukan investasi tanpa mempertimbangkan risiko dan tujuan keuangan jangka panjang. Sementara itu, Mubarak. (2024) menegaskan bahwa meskipun literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa, praktik pengelolaan keuangan mereka masih tergolong rendah, terutama dalam aspek perencanaan investasi.

Konteks ini semakin relevan dikaitkan dengan kondisi mahasiswa akuntansi di Kabupaten Jember. Berdasarkan dokumen statistik pendidikan Kabupaten Jember yang tersedia, jumlah mahasiswa di wilayah ini diperkirakan cukup besar karena adanya beberapa perguruan tinggi negeri maupun swasta yang beroperasi, seperti Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, Politeknik Negeri Jember, ITB Mandala, dan Universitas PGRI Argopuro.

Berdasarkan data jumlah mahasiswa yang tersedia pada PDDIKTI Grafik menunjukkan bahwa pada tahun 2022 ganjil, jumlah mahasiswa Universitas Jember mencapai 1.126 orang, kemudian menurun menjadi 1.069 orang (2023), 988 orang (2024),

dan 981 orang (2025). Di Universitas Muhammadiyah Jember, jumlah mahasiswa tercatat 436 orang (2022), sedikit menurun menjadi 427 orang (2023), 375 orang (2024), dan mengalami penurunan signifikan pada 2025 menjadi 176 orang. Sementara itu, ITB Mandala mengalami peningkatan dari 326 orang (2022) menjadi 447 orang (2023), kemudian menurun menjadi 433 orang (2024) dan 254 orang (2025). Adapun UNIPAR memiliki jumlah mahasiswa paling sedikit dan hanya tersedia pada D3, yaitu 51 orang (2022), meningkat menjadi 58 orang (2023) dan 61 orang (2024), namun turun drastis pada tahun 2025 menjadi 5 orang.



Sumber: PDDIKTI, 2025

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Mahasiswa

Melihat berbagai fenomena tersebut, penelitian mengenai Keputusan Investasi di Era FOMO pada mahasiswa akuntansi di Kabupaten Jember menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman mengenai pengaruh FOMO terhadap keputusan investasi mahasiswa, tetapi juga memperkaya kajian dalam *Behavioral Finance Theory* dan *Media Social and Digital Influence Theory*. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi perguruan tinggi, lembaga keuangan, dan pemerintah daerah dalam merancang program peningkatan literasi dan perilaku keuangan mahasiswa agar mampu mengambil keputusan investasi secara lebih rasional dan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam mewujudkan ekosistem keuangan yang inklusif, sehat, dan adaptif di lingkungan mahasiswa Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *financial influencer* berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Akuntansi di Jember?
2. Apakah fenomena *financial influencer* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa Akuntansi di Jember?
3. Apakah FOMO berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Akuntansi di Jember?
4. Apakah FOMO berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa Akuntansi di Jember?
5. Apakah perilaku keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa Akuntansi di Jember?
6. Apakah perilaku keuangan memediasi pengaruh *financial Influencer* terhadap keputusan mahasiswa Akuntansi di Jember?
7. Apakah perilaku keuangan memediasi pengaruh FOMO terhadap keputusan investasi mahasiswa Akuntansi di Jember?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh signifikan *financial influencer* terhadap perilaku keuangan mahasiswa Akuntansi di Jember.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh signifikan fenomena *financial influencer* terhadap keputusan investasi mahasiswa Akuntansi di Jember.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh signifikan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap perilaku keuangan mahasiswa Akuntansi di Jember.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh signifikan FOMO terhadap keputusan investasi mahasiswa Akuntansi di Jember.
5. Untuk menganalisis pengaruh perilaku keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa Akuntansi di Jember.
6. Untuk menganalisis peran mediasi perilaku keuangan dalam pengaruh *financial influencer* terhadap keputusan mahasiswa Akuntansi di Jember.
7. Untuk menganalisis peran Mediasi perilaku keuangan dalam pengaruh FOMO terhadap keputusan investasi mahasiswa Akuntansi di Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Memberikan kontribusi pada pengembangan kajian keuangan perilaku (*behavioral finance*) khususnya terkait pengaruh FOMO terhadap pengambilan keputusan investasi pada generasi muda.
- b. Memperkaya literatur akademik mengenai perilaku investasi mahasiswa, terutama pada konteks mahasiswa akuntansi yang secara akademik memiliki pengetahuan dasar keuangan namun tetap rentan terhadap bias psikologis.

- c. Menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji fenomena FOMO, perilaku keuangan, dan keputusan investasi menggunakan pendekatan kuantitatif.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi beberapa pihak berikut:

- a. Bagi Mahasiswa
Membantu meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam memahami pengaruh FOMO pada perilaku investasi sehingga mampu mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan terencana.
- b. Bagi Perguruan Tinggi
Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk menyusun atau memperkuat program literasi keuangan, seminar investasi, dan kurikulum yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan serta mitigasi bias perilaku pada mahasiswa.
- c. Bagi Lembaga Keuangan dan Regulator (seperti OJK)
Memberikan gambaran empiris mengenai perilaku investasi mahasiswa, sehingga dapat menjadi acuan dalam merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif untuk generasi muda.
- d. Bagi Peneliti Selanjutnya
Menjadi referensi dan dasar pengembangan penelitian lanjutan mengenai FOMO, keputusan investasi, atau fenomena keuangan digital dalam konteks lokal maupun nasional.

