BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital di sektor keuangan telah mengubah secara signifikan pola perilaku investasi masyarakat Indonesia, khususnya generasi Z. Kemudahan akses melalui aplikasi perdagangan saham dan platform investasi digital menjadikan aktivitas investasi semakin inklusif dan dapat dilakukan kapan saja melalui perangkat seluler. Bursa Efek Indonesia mencatat bahwa hingga 19 Desember 2025 jumlah investor pasar modal mencapai sekitar 20,1 juta, dengan 54,23 persen di antaranya berasal dari kelompok usia di bawah 30 tahun (KSEI, 2025; Tempo, 2025). Data tersebut mencerminkan dominasi generasi milenial dan generasi Z dalam aktivitas investasi saham maupun instrumen pasar modal lainnya.

Menurut data dari OJK Jawa Barat dikutip dalam artikel KBRN Bandung melaporkan bahwa tingkat inklusi masyarakat terhadap produk pasar modal di Provinsi Jawa Barat terus meningkat. Hingga September 2025, jumlah Single Investor Identification (SID) mencapai 3.375.784 investor atau tumbuh 18,39 persen secara year-on-year, dengan porsi terbesar berasal dari saham sebesar 27,70 persen, Surat Berharga Negara (SBN) 17,82 persen, dan reksadana 14,87 persen(Muhammad Wildan Pratomo, 2025). Pertumbuhan aktivitas pasar modal di Jawa Barat juga didorong oleh tingginya partisipasi generasi muda melalui galeri investasi, program edukasi pasar modal di perguruan tinggi, serta kampanye literasi investasi digital di kota-kota besar seperti Bandung dan sekitarnya (Riry et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa keputusan investasi generasi Z semakin dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan, kemampuan memanfaatkan teknologi, dan pengendalian emosi dalam menghadapi volatilitas pasar.

Pada tingkat regional, wilayah Ciayumajakuning yang meliputi Cirebon, Indramayu, Majalengka, dan Kuningan yang jumlah investornya termasuk dalam total investor Jawa Barat juga menunjukkan peningkatan signifikan. Berdasarkan data OJK Cirebon dan Bursa Efek Indonesia, hingga Agustus 2025 jumlah pemilik

SID di kawasan tersebut mencapai sekitar 368,58 ribu dengan pertumbuhan tahunan lebih dari 20 persen. Selain itu, nilai transaksi saham meningkat sekitar 68 persen menjadi Rp2,06 triliun, yang sebagian besar didorong oleh aktivitas investor ritel muda melalui platform perdagangan daring (Fathnur Rohman, 2025). Temuan ini mengindikasikan bahwa generasi Z di Ciayumajakuning tidak hanya sebatas membuka akun investasi, tetapi juga semakin aktif melakukan transaksi saham jangka pendek yang menuntut pemahaman risiko serta kemampuan mengelola emosi secara efektif.

Berkaitan dengan fenomena tersebut, keputusan investasi saham menjadi aspek penting bagi investor ritel generasi Z karena memengaruhi potensi keuntungan dan risiko kerugian. Karakteristik generasi Z yang responsif terhadap informasi digital, mudah terpengaruh tren, serta memiliki kecenderungan Fear of Missing Out (FOMO) menjadikan proses pengambilan keputusan lebih kompleks dan rentan terhadap bias perilaku.

Sejalan dengan hal tersebut, investasi menjadi isu yang semakin penting bagi generasi Z di Indonesia, bukan hanya karena kemajuan teknologi finansial yang mempermudah akses ke pasar modal, tetapi juga karena tekanan ekonomi yang mendorong mereka untuk mandiri secara finansial sejak usia muda. Tumbuh dalam era digital dengan arus informasi keuangan yang cepat melalui media sosial, generasi ini cenderung mengenal dan tertarik pada investasi lebih awal dibandingkan generasi sebelumnya. Namun, karakter yang menginginkan hasil instan dan mudah terpengaruh tren dapat menjadi tantangan, terutama dalam hal literasi keuangan dan pengambilan keputusan.

Di tengah ketidakpastian ekonomi dan ancaman inflasi yang dapat menurunkan daya beli, investasi berperan sebagai strategi untuk membangun ketahanan dan kemandirian finansial jangka panjang. Oleh sebab itu, investasi tidak hanya dipandang sebagai sarana memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai bagian penting dari perencanaan keuangan yang berkelanjutan serta perlindungan terhadap penurunan nilai uang (Novia Utami & Marsiana Luciana Sitanggang, 2023).

Menurut Wahyu Nur Azizah et al., (2024) keputusan investasi merupakan suatu proses menilai instrumen keuangan untuk menentukan kelayakan penanaman dana dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa mendatang. Proses ini dilakukan secara sistematis melalui pertimbangan analisis data, informasi, serta evaluasi berbagai faktor yang relevan guna mengelola dan meningkatkan aset secara efektif demi memenuhi kebutuhan ekonomi di masa depan.

Untuk melihat sejauh mana tingkat pengetahuan Gen Z dalam melakukan investasi, peneliti melakukan pra-survey di media sosial seperti grup komunitas saham, tiktok, dan media sosial lainnya kepada calon responden untuk memperkuat fenomena penelitian, yaitu :

Tabel 1.1 Pra-Survey

No.	Indikator Pra-Survey	Hasil Temuan
1.	Penggunaan aplikasi investasi digital	Mayoritas responden menggunakan aplikasi investasi digital untuk berinvestasi saham
2.	Pemahaman risiko investasi saham	Sebagian besar responden memahami adanya risiko dalam investasi saham
3.	Pencarian informasi investasi melalui media digital	Mayoritas responden aktif mencari informasi saham melalui media digital sebelum berinvestasi
4.	Kemampuan mengendalikan emosi saat investasi	Sebagian besar responden mampu mempertimbangkan keputusan investasi secara rasional
5	Sikap saat harga saham menurun	Mayoritas responden tetap tenang ketika menghadapi penurunan harga saham, meskipun sebagian lainnya masih mudah panik

6	Ketertarikan membeli saham yang sedang ramai dibicarakan	Banyak responden tertarik membeli saham karena sedang populer di media sosial atau komunitas investor
7	Pengaruh rekomendasi dari media sosial	Sebagian responden mengikuti rekomendasi saham dari influencer atau komunitas investasi
8	Pengambilan keputusan investasi saham	Keputusan investasi dipengaruhi oleh informasi digital, kondisi emosional, dan tren investasi yang berkembang

Sumber : Data diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap investor ritel Generasi Z di wilayah Ciayumajakuning, peneliti menemukan bahwa perkembangan teknologi digital telah mempermudah generasi muda dalam melakukan investasi saham melalui berbagai aplikasi investasi daring. Mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka memiliki pemahaman dasar mengenai investasi saham serta aktif mencari informasi investasi melalui berbagai media digital. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa literasi investasi digital merupakan salah satu faktor yang berperan dalam memengaruhi keputusan investasi saham pada investor Generasi Z.

Selain itu, dari aspek kecerdasan emosional, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka mampu mengendalikan emosi dan mempertahankan pola pikir rasional ketika menghadapi kondisi pasar saham yang berfluktuasi. Namun, sebagian responden masih mengaku mengalami kepanikan ketika harga saham mengalami penurunan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kecerdasan emosional turut memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi.

Di sisi lain, fenomena Fear of Missing Out (FOMO) juga tampak cukup dominan pada investor Generasi Z. Banyak responden mengaku tertarik membeli saham yang sedang menjadi perbincangan di media sosial maupun komunitas investasi karena khawatir kehilangan peluang untuk memperoleh keuntungan.

Selain itu, pengaruh rekomendasi dari influencer dan komunitas investasi menunjukkan bahwa keputusan investasi tidak selalu didasarkan pada analisis yang rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan tren sosial yang berkembang di masyarakat.

Temuan pra-survei tersebut diperkuat oleh informasi yang dipublikasikan oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia melalui Media Keuangan Kementerian Keuangan (*Mediakeuangan.Kemenkeu.Go.Id*). Informasi tersebut menyebutkan bahwa meskipun investasi telah menjadi tren di kalangan generasi muda, masih banyak individu dari Generasi Z yang melakukan investasi karena terdorong oleh fenomena FOMO, belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai risiko investasi, serta cenderung mudah panik ketika menghadapi kebutuhan dana yang mendesak. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan investasi Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan akses teknologi, tetapi juga rentan terhadap pengaruh faktor psikologis dan penyebaran informasi yang viral melalui media sosial (Bayu Pradhana, 2025).

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan investasi saham pada investor ritel Generasi Z di wilayah Ciayumajakuning dipengaruhi oleh kombinasi faktor literasi investasi digital, kecerdasan emosional, dan Fear of Missing Out (FOMO). Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan investasi saham perlu dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku investasi Generasi Z.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memilih literasi investasi digital, kecerdasan emosional, dan *fear of missing out* (FOMO) sebagai variabel penelitian karena ketiganya dipandang memiliki peran strategis dalam memengaruhi kualitas pengambilan keputusan investasi saham pada generasi Z di wilayah Ciayumajakuning. Keterbatasan literasi investasi digital berpotensi menyebabkan investor muda kurang mampu memahami risiko dan informasi investasi secara komprehensif, sementara rendahnya kecerdasan emosional dapat menghambat kemampuan individu dalam mengendalikan emosi saat menghadapi fluktuasi pasar.

Di sisi lain, tingginya kecenderungan FOMO mendorong perilaku investasi yang impulsif dan tidak rasional. Oleh karena itu, ketiga variabel tersebut relevan untuk diteliti guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dan kualitas keputusan investasi saham pada investor ritel generasi Z.

Sejalan dengan hal tersebut, faktor yang pertama adalah literasi investasi digital. Literasi investasi digital adalah kemampuan dalam memahami konsep keuangan, membaca informasi emiten, mengevaluasi risiko, serta memanfaatkan fitur aplikasi investasi secara efektif dan aman. Investor dengan tingkat literasi yang baik cenderung mampu memilih informasi yang valid dan menghindari keputusan spekulatif. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Amran et al., 2024; Lieanto & Kohardinata, 2025) Menemukan bahwa literasi digital dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku dan keputusan investasi. Namun, Tamara & Maharani (2024) justru menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial. Perbedaan ini menunjukkan bahwa literasi belum tentu menjadi faktor dominan tanpa mempertimbangkan karakteristik psikologis investor.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan investasi adalah kecerdasan emosional. Aktivitas investasi saham yang sarat dengan volatilitas menuntut kemampuan mengelola emosi agar investor tidak bertindak secara impulsif ketika menghadapi fluktuasi harga. Kecerdasan emosional mencakup kemampuan mengenali, memahami, dan mengendalikan emosi diri sehingga keputusan yang diambil tetap rasional (Uray et al., 2024). Penelitian yang dilakukan oleh (Aryadevi et al., 2025; Rahman et al., 2024) menemukan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, akan tetapi, Sutejo (2025) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak bersifat langsung, melainkan melalui variabel mediasi seperti toleransi risiko. Hal ini menandakan bahwa peran kecerdasan emosional dalam keputusan investasi masih memerlukan pengujian lebih lanjut.

Faktor yang ketiga yang mempengaruhi faktor keputusan investasi adalah Fear of Missing Out (FOMO). Di era media sosial, generasi Z sangat terpapar informasi viral mengenai keuntungan investasi, rekomendasi influencer, dan tren saham tertentu. FOMO menggambarkan kondisi psikologis ketika individu merasa takut tertinggal peluang sehingga terdorong mengambil keputusan secara cepat tanpa analisis mendalam (Shakila Ferliana Rachman, 2025). Penelitian yang dilakukan oleh (Anastasya et al., 2025; Wilamsari et al., 2025) menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi muda. Namun, menemukan bahwa FOMO tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh FOMO tidak bersifat universal dan sangat dipengaruhi oleh konteks serta karakteristik responden.

Berdasarkan inkonsistensi temuan tersebut, masih terdapat celah penelitian terkait bagaimana literasi investasi digital, kecerdasan emosional, dan *Fear of Missing Out* (FOMO) memengaruhi keputusan investasi saham, khususnya pada investor ritel Generasi Z di wilayah Ciayumajakuning. Sebagian penelitian menguji variabel tersebut secara terpisah atau pada objek yang berbeda, sehingga belum memberikan gambaran komprehensif dalam konteks dominasi digital dan karakteristik generasi muda di wilayah tersebut.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di latar belakang dan hasil beberapa penelitian yang berbeda-beda. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LITERASI INVESTASI DIGITAL, KECERDASAN EMOSIONAL, DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM (STUDI EMPIRIS PADA INVESTOR RITEL GENERASI Z DI WILAYAH CIAYUMAJAKUNING) ”.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut.:

1. Bagaimana literasi investasi digital berpengaruh terhadap keputusan investasi saham ?
2. Bagaimana kecerdasan emosional berpengaruh terhadap keputusan investasi saham ?
3. Bagaimana *fear of missing out* (fomo) berpengaruh terhadap keputusan investasi saham ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini untuk menghasilkan model yang dapat menjelaskan :

1. Pengaruh literasi investasi digital terhadap keputusan investasi saham.
2. Pengaruh kecerdasan emosional terhadap keputusan investasi saham.
3. Pengaruh *fear of missing out* (fomo) terhadap keputusan investasi saham.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi empiris mengenai Pengaruh Literasi Investasi Digital, Kecerdasan Emosional, Dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Terhadap Keputusan Investasi Saham Pada Investor Ritel Generasi Z Di Wilayah Ciayumajakuning.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian di bidang behavioral finance dan literasi digital, khususnya dalam menjelaskan peran faktor kognitif dan psikologis dalam pengambilan keputusan investasi saham pada Generasi Z.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Investor Ritel Generasi Z

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan refleksi untuk meningkatkan literasi investasi digital, pengendalian emosi, dan kewaspadaan terhadap FOMO dalam mengambil keputusan investasi.

b. Bagi Otoritas Jasa Keuangan

Penelitian ini dapat menjadi masukan dalam perumusan kebijakan dan program edukasi literasi keuangan digital yang lebih tepat sasaran bagi generasi muda.

c. Bagi Galeri Investasi dan Institusi Pendidikan

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengembangan materi edukasi pasar modal yang menekankan aspek literasi digital dan perilaku investasi rasional.