

BAB I

PENDAHULUAN

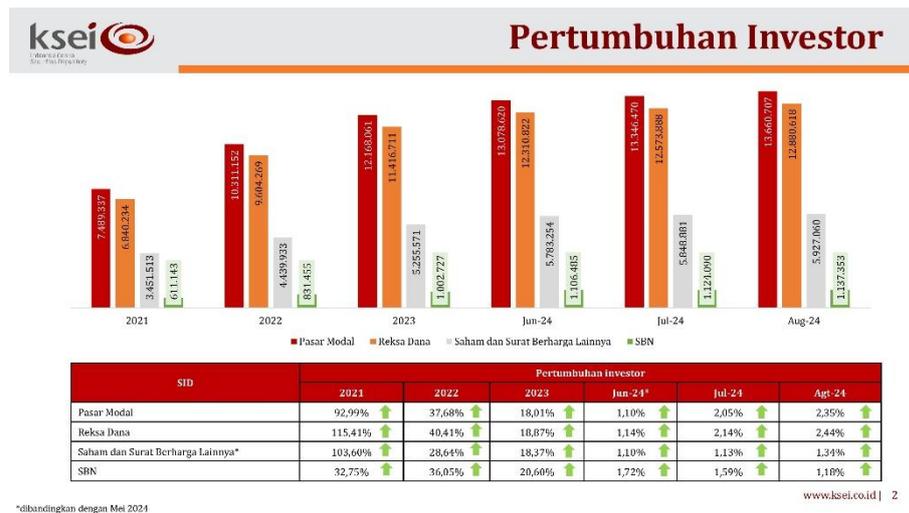
1.1 Latar Belakang

Generasi Z secara umum adalah individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 yang merupakan generasi asli digital (Kristyowati, 2021). Sejak usia dini, mereka melek akan penggunaan internet, sistem seluler, dan jejaring sosial. Mereka disebut sebagai generasi *digital native* karena memiliki akses yang jauh lebih luas ke informasi dan platform digital dibandingkan generasi-generasi sebelumnya. Generasi Z disebut juga dengan *iGeneration*, Generasi Net atau Generasi Internet, yaitu generasi yang hidup pada masa digital (Santoso & Triwijayati, 2018).

Generasi Z tumbuh dengan berbagai jenis gadget dan aplikasi, yang secara tidak langsung dapat memengaruhi perkembangan kepribadian mereka. Meskipun memiliki banyak kelebihan, generasi ini juga memiliki kelemahan, seperti cenderung kurang sabar dan lebih menyukai hal-hal yang instan. Sejak kecil mereka sudah akrab dengan teknologi, pada akhirnya mereka menjadi sangat bergantung pada teknologi.

Generasi Z merupakan bagian dari masyarakat yang juga menginginkan stabilitas finansial dan kesejahteraan jangka panjang. Mereka perlu Menyusun perencanaan keuangan yang tepat guna untuk memakssimalkan pendapatan yang dimiliki demi mencapai tujuan tersebut. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah mengalokasikan sebagian pendapatan secara terencana. Proses ini dilakukan

dengan mempertimbangkan berbagai tujuan keuangan, mulai dari memenuhi kebutuhan sehari-hari hingga mengalokasikan dana untuk investasi (Ratmelia Sari, 2024).



Gambar 1 *Pertumbuhan Investor*

Sumber: KSEI tahun 2024

Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah investor pasar modal, reksa dana, dan sektor lainnya di Indonesia telah mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan minat masyarakat terhadap investasi semakin meningkat dengan kemudahan teknologi. Generasi Z kini juga mulai memandang investasi sebagai langkah yang tidak hanya membantu mereka meraih stabilitas finansial, tetapi juga meningkatkan kekayaan di masa depan.

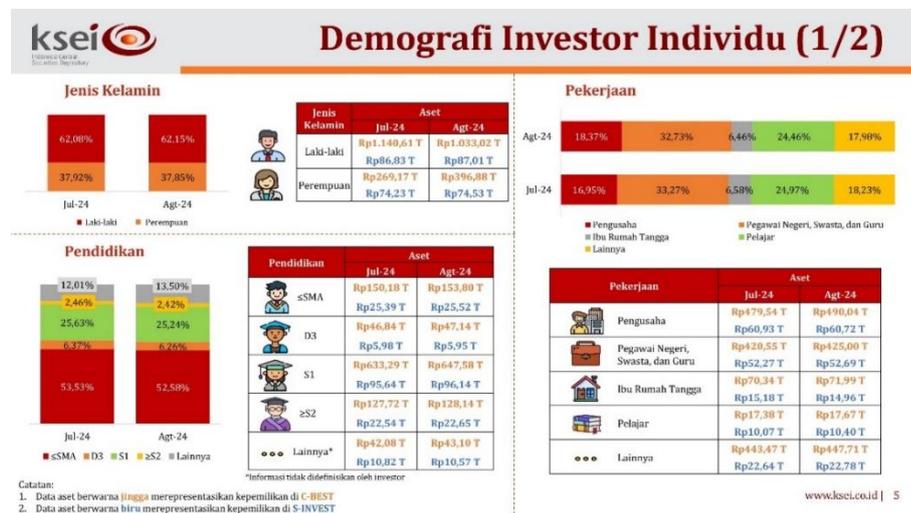
Investasi merupakan kegiatan penanaman modal ke dalam ke dalam suatu usaha tertentu dengan tujuan memperoleh pendapatan tambahan atau keuntungan (Fikri et al., 2022). Investasi bisa dikatakan mengalami keuntungan (*profitable*) apabila investasi tersebut mampu meningkatkan kekayaan pemodal. Dengan

memanfaatkan berbagai instrumen investasi seperti saham, obligasi, reksadana, hingga aset digital, generasi Z memiliki peluang besar untuk mengoptimalkan pengelolaan dana. Selain itu, modernisasi digital atau perkembangan teknologi yang memberikan akses mudah ke aplikasi dan platform investasi semakin mendukung mereka dalam mengambil keputusan investasi yang lebih efisien. Mereka sering kali lebih cenderung menggunakan aplikasi keuangan dan investasi secara daring (*online*), mengikuti perkembangan pasar melalui media sosial, serta mengandalkan teknologi untuk melakukan transaksi finansial, seperti investasi di pasar modal atau *cryptocurrency*.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (UUPM), pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan Penawaran Umum dan perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek. Pasar modal adalah sistem yang berfungsi untuk memfasilitasi perdagangan instrumen keuangan jangka panjang, seperti saham, reksadana, surat utang atau obligasi, dan instrumen keuangan lainnya. Akhir-akhir ini, aset *crypto* semakin diminati oleh para investor. *Crypto* adalah bentuk aset digital yang memanfaatkan teknologi kriptografi untuk memastikan keamanan transaksi, mengatur pembuatan unit baru, dan memverifikasi perpindahan aset. *Crypto* kini telah menjadi bagian dari ekosistem pasar modal karena beberapa jenis *crypto*, seperti Bitcoin dan Ethereum, telah diperdagangkan di bursa *crypto* yang berfungsi seperti pasar modal.

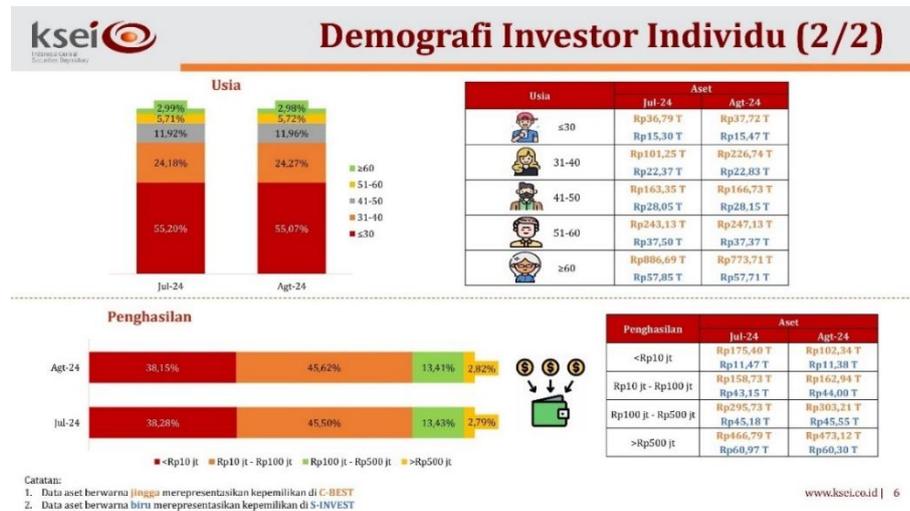
Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per Agustus 2024 menunjukkan bahwa investor pasar modal di Indonesia sebagian besar berasal

dari generasi milenial dan generasi Z, yaitu kelompok dengan usia di bawah 30 tahun dan 31-40 tahun, dengan total lebih dari 70%. Hal ini sejalan dengan tingkat pendidikan investor, di mana mayoritas adalah lulusan Sekolah Menengah Umum (SMU) sebanyak 52,58%. Berdasarkan profesi, sebanyak 32,73% investor merupakan pegawai, disusul dengan pelajar sebesar 24,46%. Perubahan perilaku keuangan pada generasi Z menunjukkan bahwa mereka mulai tertarik mengelola keuangan dengan menyisihkan sebagian dana untuk investasi.



Gambar 2 Demografi Investor Individu (1/2)

Sumber: KSEI tahun 2024



Gambar 3 Demografi Investor Individu (2/2)

Sumber: KSEI tahun 2024

Berdasarkan gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa investor muda mendominasi total investor di Indonesia. Tren investasi di pasar modal semakin berkembang di era media sosial saat ini, di mana generasi muda memiliki hubungan yang sangat erat dengan penggunaan media sosial. Djajanti (2024) menyatakan bahwa investasi di pasar modal bukan sekadar tren, tetapi melibatkan risiko, sehingga setiap keputusan yang diambil perlu dianalisis dengan cermat terlebih dahulu. Ketika seseorang memutuskan untuk berinvestasi, penting baginya memiliki pemahaman keuangan yang baik, sehingga keputusan yang diambil dapat terarah dan sesuai dengan tujuan.

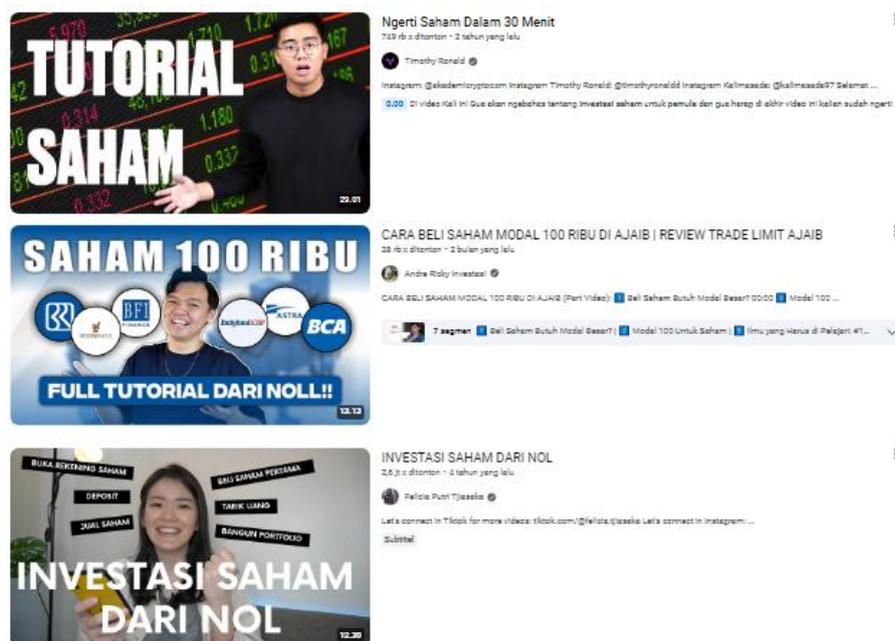
Keputusan investasi adalah langkah yang diambil seseorang untuk memilih di antara dua atau lebih pilihan yang ada, setelah melalui proses identifikasi dan analisis, yang kemudian menghasilkan keputusan untuk melakukan investasi (Sulistiyowati, 2015). Banyak generasi Z yang memilih untuk berinvestasi dalam

bentuk saham, reksa dana, maupun asset digital seperti *cryptocurrency*, sesuai dengan preferensi dan potensi yang mereka lihat dalam instrument-instrumen investasi tersebut.

Menurut Dewi & Apriyati (2023) minat generasi Z terhadap investasi mulai tumbuh seiring dengan semakin terbukanya akses informasi terkait investasi. Informasi tersebut kini dapat diperoleh dengan mudah melalui berbagai situs web atau berita yang tersebar luas di media sosial. Pertumbuhan jumlah investor muda didorong oleh berbagai program edukasi dan literasi keuangan yang dilakukan oleh lembaga-lembaga terkait. Meskipun demikian, tantangan tetap ada, terutama dalam hal pemahaman investasi yang masih rendah di kalangan generasi muda. Bagi generasi Z, pengambilan keputusan investasi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti *Fear of Missing Out* (FoMO), pengelolaan keuangan, dan literasi keuangan.

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan gejala psikologis seperti perasaan cemas, takut, gelisah, dan kurang percaya diri yang dialami individu ketika merasa ketinggalan berita atau informasi terbaru di internet (N. D. M. Saputri et al., 2023). Fenomena FoMO kini juga merambah ke dunia investasi. Perasaan takut ketinggalan tren ini ternyata mampu menjadi dorongan yang kuat bagi generasi Z untuk lebih terbuka dan mulai mencoba investasi di pasar modal. Menurut Pratama (2024) sikap FoMO mirip dengan kebiasaan ikut-ikutan dengan apa yang orang lain capai. Jika dilihat dari asumsi tersebut, saat seseorang memutuskan untuk berinvestasi di pasar modal, mereka sering dihadapkan pada situasi di mana perasaan ini memengaruhi pilihan investasi yang akan diambil.

Rasyidatunnisa et al (2024) menyatakan bahwa tren investasi di kalangan generasi Z ibarat pisau bermata dua, karena dapat memberikan dampak positif maupun negatif. Di sisi positif, tren ini bisa mendorong generasi Z untuk lebih bijak dalam mengambil keputusan investasi, asalkan didukung dengan literasi keuangan yang baik. Namun, di sisi negatif, tren ini berisiko membuat mahasiswa bertindak secara impulsif dalam berinvestasi, mengambil keputusan tanpa analisis yang matang, hanya demi mengikuti tren pasar terkini. Akibatnya, bisa berujung pada potensi kerugian finansial yang cukup besar. FOMO yang dipicu oleh pengaruh media sosial, terutama yang melibatkan influencer investasi, dapat mendorong generasi Z untuk membuat keputusan investasi impulsif. Mereka merasa harus segera terlibat dalam tren yang sedang populer, meskipun tanpa pertimbangan yang matang dan riset yang cukup.



Gambar 4 Influencer investasi

Sumber: Youtube

Pengambilan keputusan investasi juga dipengaruhi oleh pengelolaan keuangan yang baik, karena dengan pengelolaan keuangan yang teratur, seseorang dapat lebih mudah menentukan alokasi dana untuk investasi tanpa khawatir mengganggu kebutuhan sehari-hari atau dana darurat. Menurut Rahmi et al (2024) investasi adalah cara untuk belajar mengatur keuangan, baik untuk masa kini maupun di masa depan. Namun, banyak dari generasi Z yang terjebak dalam membuat keputusan investasi berdasarkan tren di media sosial, tanpa memperhitungkan apakah investasi tersebut sesuai dengan tujuan keuangan mereka atau tidak. Fenomena ini mencerminkan pengaruh dari perilaku akuntansi (*behavioral accounting*), di mana faktor-faktor psikologis memengaruhi pencatatan dan keputusan finansial mereka. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, keuangan pribadi bisa menjadi berantakan, dan keputusan investasi yang dibuat justru berpotensi menambah beban finansial, bukannya membantu mencapai tujuan jangka panjang.

Pengambilan keputusan investasi yang dipengaruhi FOMO dan pengelolaan keuangan yang buruk dapat merugikan kondisi finansial seseorang. Dalam akuntansi, penting untuk memiliki literasi keuangan yang baik tentang pencatatan dan perencanaan keuangan agar investasi dilakukan dengan bijak. Menurut Mandagie et al., (2020), literasi keuangan merupakan tolak ukur sejauh mana seseorang memahami konsep keuangan, serta kemampuan dan kepercayaan dirinya dalam mengelola keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan yang tepat. Meskipun seseorang memiliki pendapatan yang tinggi, tanpa pengelolaan keuangan yang baik, mencapai keamanan finansial tetap akan menjadi tantangan. Oleh karena

itu, dengan penerapan pemahaman literasi keuangan yang memadai, diharapkan tingkat kesejahteraan dapat meningkat (Feryanto dan Trisnaningsih, 2023). Literasi keuangan dan pengetahuan tentang investasi membantu seseorang memahami risiko, mengelola aset dengan tepat, meminimalisir potensi kerugian, dan membuat keputusan yang lebih terarah.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai objek penelitian dan mahasiswa prodi Akuntansi angkatan ‘21 sebagai subjek penelitian. Pemilihan UPN "Veteran" Jawa Timur sebagai objek penelitian bertujuan untuk melihat bagaimana faktor lokal mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa, serta untuk mendapatkan data primer yang valid mengenai kebiasaan finansial mereka. Sementara itu, pemilihan mahasiswa prodi Akuntansi angkatan 2021 sebagai subjek didasarkan pada fakta bahwa mereka bagian dari generasi Z yang sering terpengaruh FoMO, memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai konsep keuangan karena sudah menempuh seluruh mata kuliah, telah mengikuti program MBKM, dan sebagian dari mereka sudah memiliki sumber penghasilan yang menjadikan mereka kelompok yang tepat untuk menilai hubungan antara pengelolaan keuangan yang mereka pelajari dan keputusan investasi yang mereka buat.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa generasi Z prodi akuntansi angkatan ‘21 UPN “Veteran” Jawa Timur?

2. Apakah pengelolaan keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa generasi Z prodi akuntansi angkatan '21 UPN "Veteran" Jawa Timur?
3. Apakah literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan keputusan investasi mahasiswa generasi Z prodi akuntansi angkatan '21 UPN "Veteran" Jawa Timur?
4. Apakah literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara pengelolaan keuangan dengan keputusan investasi mahasiswa generasi Z prodi akuntansi angkatan '21 UPN "Veteran" Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap keputusan investasi mahasiswa generasi Z prodi akuntansi angkatan '21 UPN "Veteran" Jawa Timur
2. Untuk menganalisis pengaruh pengelolaan keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa generasi Z prodi akuntansi angkatan '21 UPN "Veteran" Jawa Timur
3. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dalam memoderasi hubungan antara perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap keputusan investasi mahasiswa generasi Z prodi akuntansi angkatan '21 UPN "Veteran" Jawa Timur
4. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dalam memoderasi hubungan antara pengelolaan keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa generasi Z prodi akuntansi angkatan '21 UPN "Veteran" Jawa Timur

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat, baik secara praktis maupun akademis. Manfaat praktis merupakan manfaat yang berdampak langsung pada berbagai aspek dalam proses pembelajaran, sementara manfaat akademis berfokus pada pengembangan teori pembelajaran untuk jangka panjang. Manfaat praktis dan manfaat akademis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Operasional (Praktis)

1) Bagi Generasi Z

Penelitian ini memberikan pemahaman bagi generasi Z tentang dampak FoMO dan pentingnya pengelolaan keuangan dalam pengambilan keputusan investasi. Melalui wawasan ini, mereka diharapkan dapat mengambil keputusan yang lebih bijak dan terencana.

2) Bagi Penulis

Menambah wawasan penulis tentang perilaku investasi dan faktor psikologis yang memengaruhi keputusan investasi di kalangan generasi Z. Penulis juga mendapat pemahaman mendalam tentang pentingnya pengelolaan keuangan dan bagaimana FoMO berpengaruh dalam keputusan investasi.

2. Manfaat dalam Pengembangan Ilmu (Akademis)

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta memberikan kontribusi atau referensi ilmiah bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis, khususnya terkait pengaruh FoMO (*Fear of Missing Out*) dan pengelolaan keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi.