

FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DALAM INVESTASI: DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN INVESTOR MUDA

Selvi Uun Mardalia¹, Tanaya Eka Priyani²

^{1,2} Universitas Pekalongan

e-mail co Author: *¹selfipkl1234@gmail.com ²tanayaekaa@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to examine how young investors' investing choices are impacted by FOMO (fear of missing out). Particularly among Generation Z, the rapid development of social media and digital technologies has influenced investment behavior. The fear of missing out on valuable opportunities leads many young investors to make hasty investment decisions. The method used in this study is a qualitative approach with a literature study, sourced from scientific journals, books, and relevant publications in the last five years, data analysis techniques were carried out descriptively by interpreting and comparing the findings of previous studies. The results of the study indicate that FOMO has a significant influence on investment decisions, where individuals tend to act impulsively, follow trends, and ignore risk analysis. In addition, FOMO also encourages investors to imitate the decisions of others without rational consideration. However, the negative impact of FOMO can be minimized by increasing financial literacy. Investors who have a good understanding of investment concepts and risk analysis tend to be able to control their emotions and make more rational decisions. Thus, financial literacy is an important factor in reducing the influence of FOMO and improving the quality of investment decisions.

Keywords : *FOMO, investment decisions, young investor, financial behavior*

Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir dari berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam investasi. Aksesibilitas internet dan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube telah mendorong generasi muda untuk berpartisipasi dalam kegiatan investasi. Generasi Z tidak hanya membeli informasi tetapi juga membuat keputusan keuangan secara mandiri. Namun, kemudahan ini menimbulkan masalah baru, terutama dalam hal kualitas pengambilan keputusan investasi. Informasi yang tersebar di media sosial biasanya hanya menampilkan keuntungan atau keberhasilan investasi daripada analisis mendalam. Hal ini dapat memicu fenomena *Fear of*

Missing Out (FOMO), atau ketakutan kehilangan kesempatan, yang sedang populer di kalangan masyarakat (Abd Ellatif Elsayed, 2025).

FOMO menjadi salah satu gangguan psikologis yang mempengaruhi perilaku seseorang saat membuat keputusan, termasuk investasi. Orang-orang yang menderita kondisi ini lebih cenderung bertindak secara impulsif dan mengikuti tren tanpa mempertimbangkan risiko yang terkait. Karena keharusan untuk bertindak mengorbankan pemikiran kritis dan pengambilan keputusan yang terukur, hal ini dapat menyebabkan hasil yang tidak memuaskan. Kondisi ini dalam pasar keuangan dapat menyebabkan keputusan investasi yang buruk atau bahkan merugikan (Budiman et al., 2025). Selain itu, FOMO meningkatkan keputusan investasi karena penggunaan media sosial yang tinggi di kalangan generasi muda. Influencer, konten investasi yang diviralkan, dan fenomena "ikut tren" adalah beberapa faktor yang mendorong orang untuk berinvestasi tanpa pengetahuan yang cukup (Ramadhan Surya et al., 2021).

Media sosial sangat memengaruhi masyarakat di era 5.0 saat ini, terutama generasi muda seperti Generasi Z. Influencer berbicara tentang investasi di lanskap media sosial dan menggunakannya untuk menarik perhatian publik dan mendorong orang untuk berinvestasi. Influencer memiliki pengaruh yang signifikan sehingga pengikut mereka sangat mempercayai pendapat mereka. Menurut Teori Perilaku Terencana, norma subjektif memengaruhi perilaku individu karena opini influencer disebarkan melalui media sosial. Akibatnya, kecenderungan Gen Z untuk berinvestasi dipengaruhi oleh norma subjektif ini. Studi oleh Firmansyah dkk (2024) dan Lathifah (2022) menunjukkan bahwa pengaruh media sosial memengaruhi minat Gen Z untuk berinvestasi secara positif dan signifikan. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Influencer media sosial memengaruhi minat investasi Generasi Z.

Selain itu, penelitian telah menunjukkan bahwa FOMO juga terkait dengan bias kognitif dalam perilaku keuangan, di mana orang bergantung pada emosi daripada logika saat membuat keputusan keuangan. Investor dengan FOMO tinggi cenderung melakukan perilaku herding, yaitu meniru pilihan investor lain tanpa melakukan analisis yang mendalam (Laraga, 2025). Dengan meningkatnya jumlah investor muda di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, fenomena ini menjadi

penting untuk dipelajari. Keputusan investasi yang tidak optimal dapat dibuat jika tidak memahami dengan baik faktor psikologis dan risiko. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji dampak *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi yang dibuat oleh investor muda.

Metode Penelitian

Studi ini menggunakan metodologi studi literatur kualitatif. Berdasarkan berbagai studi ilmiah sebelumnya, pendekatan ini dipilih untuk memahami secara menyeluruh fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam konteks pengambilan keputusan investasi. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari jurnal ilmiah nasional dan internasional, buku referensi, dan publikasi resmi yang relevan dengan topik penelitian. Untuk memastikan bahwa informasinya akurat dan relevan, sumber-sumber ini difokuskan pada literatur yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir.

Untuk mengumpulkan data, dokumentasi digunakan untuk menemukan, mengklasifikasikan, dan meninjau literatur yang berkaitan dengan FOMO, perilaku keuangan, dan keputusan investasi. Selanjutnya, analisis data deskriptif kualitatif digunakan, yang berarti menginterpretasikan dan membandingkan temuan penelitian sebelumnya untuk menemukan pola, hubungan, dan kesimpulan mengenai pengaruh FOMO terhadap keputusan yang diambil.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kajian literatur, *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan salah satu komponen psikologis yang paling berpengaruh pada keputusan investasi seseorang, terutama bagi generasi muda, disebabkan oleh tekanan sosial dan paparan media sosial yang berlebihan terhadap tren investasi. Studi menunjukkan bahwa orang yang mengalami FOMO lebih cenderung mengambil keputusan investasi segera tanpa melakukan analisis risiko yang mendalam. Menurut penelitian Rachman & Purwaningrum (2025), FOMO dapat mendorong investor untuk mengambil keputusan impulsif, terutama dalam hal investasi saham IPO. Karena saham IPO menawarkan banyak keuntungan potensial tetapi juga banyak risiko, FOMO pada saham IPO sangat kuat. Karena dorongan sosial, investor lebih suka berpartisipasi dalam saham IPO daripada berdasarkan analisis fundamental perusahaan yang melakukan penawaran. Hal ini menunjukkan bahwa para investor

lebih sering dipengaruhi oleh tren dan pendapat pasar daripada mempertimbangkan rasionalitas (Vamossy, 2025)

Selain itu, FOMO memengaruhi cara investor menangani informasi mereka. Investor muda lebih cenderung mempercayai informasi yang sedang viral daripada analisis data. Studi menunjukkan FOMO memengaruhi keputusan investasi Gen Z karena mereka cenderung mengikuti tren pasar tanpa mempertimbangkan semua aspek teknik dan fundamental (Paramita et al., 2025). Analisis teknikal digunakan untuk memprediksi pergerakan harga saham dengan melihat harga pembukaan, penutupan, tertinggi, dan terendah (Putri & Mesrawati, 2020). Metode ini menggunakan pola pergerakan harga masa lalu untuk mengidentifikasi tren pasar. Disebutkan bahwa analisis teknikal membantu investor menentukan kemungkinan arah harga saham berdasarkan sinyal pasar. Analisis fundamental adalah teknik yang digunakan investor untuk menilai kinerja dan prospek suatu perusahaan dengan mempertimbangkan kondisi keuangannya (Qotimah & Kalangi, 2023). Ini dilakukan dengan memeriksa laporan keuangan seperti neraca, laporan laba rugi, dan arus kas. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menilai tingkat profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan efisiensi operasional perusahaan. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang baik atau telah mengalami kerugian dalam jangka waktu tertentu.

Dari sudut pandang behavioral finance, fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan investasi tidak sepenuhnya logis. FOMO termasuk dalam bias kognitif yang dapat memengaruhi cara seseorang menilai risiko dan peluang. Beberapa penelitian menemukan bahwa FOMO juga terkait dengan perilaku herding, yaitu kecenderungan untuk mengikuti keputusan orang lain tanpa melakukan analisis yang mendalam dan menghindari kerugian saat membuat keputusan investasi jangka panjang dan jangka pendek, serta bagaimana hal itu berdampak pada investor ritel dan institusional (Anita, 2024).

FOMO juga berdampak pada perilaku investasi yang berisiko. Investor yang mengalami FOMO cenderung melakukan investasi secara berlebihan dan mengikuti rekomendasi yang mungkin tidak valid, yang dapat menyebabkan kerugian karena keputusan yang diambil tidak didasarkan pada perencanaan yang matang (Azzat Haqiqi & Milad, 2025).

Namun demikian, dampak negatif FOMO dapat diminimalkan melalui peningkatan literasi keuangan. Berkat literasi keuangan, orang dapat menilai data secara logis dan kognitif. Investor yang lebih berpengetahuan tentang keuangan lebih cenderung memahami bahwa janji palsu tidak sama dengan nilai dasar. Mereka dapat menilai risiko, membaca prospektus, menilai kemungkinan oversubscription, dan mempertimbangkan kemungkinan harga IPO dapat turun setelah hari pertama. Literasi membantu dalam mengendalikan perasaan dalam situasi seperti ini. Investor terus merasakan FOMO, yang merupakan respons emosional yang normal. Karena stimulus (FOMO) berbeda dari respons (keputusan investasi), investor memiliki waktu untuk mempertimbangkan pilihan mereka sebelum bertindak. Investor yang sadar keuangan mampu memahami bahwa ketakutan kehilangan tidak selalu menunjukkan peluang nyata. Mereka mampu membedakan antara peluang yang layak diambil dan peluang yang hanya terlihat menarik karena tekanan social (Fitri et al., 2026)

Secara keseluruhan, FOMO memengaruhi keputusan investasi investor muda; tingkatnya yang tinggi mendorong individu untuk bertindak impulsif, mengikuti tren, dan mengabaikan analisis risiko. Oleh karena itu, investor harus lebih menyadari faktor psikologis dan lebih memahami keuangan agar mereka dapat membuat keputusan investasi yang lebih baik dan bijak.

Simpulan

Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) sangat memengaruhi keputusan investasi, terutama bagi generasi muda. Influencer dan paparan media sosial mendorong orang untuk mengikuti tren investasi tanpa melakukan analisis risiko secara menyeluruh. Hal ini meningkatkan kemungkinan keputusan investasi yang impulsif, dipengaruhi oleh emosi, dan rentan terhadap bias kognitif seperti tindakan herding. Akibatnya, banyak investor muda bergantung pada informasi viral daripada metode analisis fundamental dan teknikal saat membuat keputusan investasi.

Namun, dengan meningkatkan literasi keuangan, efek FOMO yang buruk dapat dikurangi. Investor yang memiliki pemahaman yang baik tentang konsep investasi, analisis risiko, dan kemampuan untuk mengevaluasi informasi secara kritis dapat mengendalikan emosi mereka dan membuat keputusan yang lebih

rasional. Dengan demikian, meskipun FOMO merupakan respons psikologis yang wajar, investor yang memiliki pengetahuan keuangan yang memadai akan lebih mampu membedakan antara peluang investasi yang sebenarnya dan tren sesaat, sehingga mereka dapat mencapai hasil investasi.

Daftar Pustaka

- Abd Ellatif Elsayed, H. (2025). Fear of Missing Out and its impact: exploring relationships with social media use, psychological well-being, and academic performance among university students. *Frontiers in Psychology*, 16(June), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1582572>.
- Aizzat Haqiqi, & Milad, M. K. (2025). Behavioral Risk pada Investasi Logam Mulia : Analisis FOMO (Fear of Missing Out) di Kalangan Nasabah Pegadaian UPC Pasar Wadungasri. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 01–08. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i2.4113>.
- Anita, S. Y. (2024). Literature Review Pengaruh Behavioral Finance terhadap Keputusan Investasi : Tinjauan Literatur Sistematis. *Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY)*, 1(7), 1195–1215.
- Budiman, J., Ong, T., & Yuwono, W. (2025). Exploring Cognitive Bias Influence on Investment Decisions in Indonesia: The Mediating Role of FOMO. *Jurnal Economia*, 21(3), 432–446. <https://doi.org/10.21831/economia.v20i1.76879>.
- Firmansyah, F. F., Sriyono, S., & Prapanca, D. (2024). Peran Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi Dan Uang Saku Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z Di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 770–790. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3763>.
- Fitri, K., Layli, A., Fatiha, N., & Tasya, J. (2026). *Integrasi FOMO dan Literasi Keuangan dalam Membentuk Model Keputusan Investasi IPO yang Lebih Rasional masa kini adalah Fear of Missing Out (FOMO) (McGinnis , 2020) , yaitu rasa takut menjelaskan bagaimana FOMO mempengaruhi keputusan investasi IPO , s. 6.*
- Laraga, A. G. (2025). Understanding the “Fear of Missing Out” (FOMO) Phenomenon Among Retail Investors in the Indonesian Capital Market: A Literature Review. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 10(2), 310–319. <https://doi.org/10.30871/jaat.v10i2.10625>.
- Lathifah, H. M., & Garbo, A. (2022). Investasi Saham Syariah di Tengah Pandemi COVID-19: Peran Pengetahuan Dan Social Media Influencer. *ABHATS: Jurnal Islam Ulii Albab*, 3(1), 63–75. <https://doi.org/10.20885/abhats.vol3.iss1.art5>.
- Paramita, A. W., Hudzafidah, K., & Wilamsari, F. (2025). Pengaruh FOMO, Aspek

Fundamental, dan Aspek Teknikal Pada Pengambilan Keputusan Investasi Generasi Z. *ECo-Fin*, 7(3), 1770–1783. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i3.3099>.

Putri, A. P., & Mesrawati, M. (2020). Pengaruh Analisis Teknikal Terhadap Trend Pergerakan Harga Saham Perusahaan Subsektor Hotel Dan Restoran. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 3(3), 324–343. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2019.v3.i3.4161>.

Qotimah, K., & Kalangi, L. (2023). Pengaruh Analisa Fundamental Terhadap Return Investasi Pada Saham Second Linier di Sektor Energi Periode 2019-2022 Yang Terdaftar di BEI. *Korompis 12 Jurnal EMBA Vol. 11 No. 3 Juli 2023, Hal. 12-26, 11(3)*, 12–26.

Rachman, S. F., & Purwaningrum, E. (2025). *PERAN LITERASI KEUANGAN DALAM MENGONTROL JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 1–16.

Ramadhan Surya, G., Kusumawardhani, S., Murdianingrum, A., Luna, I., Widiastuti, S., & Wahyuni, S. (2021). *The Role of Social Media Influencers, FoMO, and Investment Knowledge in Encouraging Investment Interest Among Generation Z*. 32(3), 167–186.

Vamosy, D. F. (2025). Social Media Emotions and IPO Returns. *Journal of Money, Credit and Banking*, 57(1), 31–67. <https://doi.org/10.1111/jmcb.13152>.