

JASA CEK PLAGIASI WHATSAPP: 085935293540

TEMPLATE-JURIMEA-V6N1--1-

 ERPN Store

 <https://www.erpn.store> - No Repository

Document Details

Submission Date

Nov 30, 2025, 5:49 PM GMT+7

Download Date

Nov 30, 2025, 5:49 PM GMT+7

File Name

unknown_filename

File Size

1.2 MB

15 Pages

4,349 Words

28,089 Characters

11% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
 - ▶ Quoted Text
-

Top Sources

8%	 Internet sources
2%	 Publications
9%	 Submitted works (Student Papers)

Top Sources

- 8% Internet sources
2% Publications
9% Submitted works (Student Papers)
-

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Student papers	
	Institut Pertanian Bogor on 2025-11-28	3%
2	Internet	
	journal.sinov.id	<1%
3	Student papers	
	State Islamic University of Alauddin Makassar on 2021-03-29	<1%
4	Student papers	
	Universitas Muria Kudus on 2025-01-09	<1%
5	Student papers	
	State Islamic University of Alauddin Makassar on 2024-07-28	<1%
6	Internet	
	journal.appihi.or.id	<1%
7	Student papers	
	Universitas Jambi on 2025-11-10	<1%
8	Internet	
	digilib.uinkhas.ac.id	<1%
9	Student papers	
	KYUNG HEE UNIVERSITY on 2025-05-30	<1%
10	Internet	
	journal.nurscienceinstitute.id	<1%
11	Student papers	
	Universitas Islam Negeri Raden Fatah on 2025-11-24	<1%

12	Internet	repository.unair.ac.id	<1%
13	Student papers	Universitas Riau on 2025-06-04	<1%
14	Internet	journal.ikopin.ac.id	<1%
15	Internet	repository.umpalopo.ac.id	<1%
16	Student papers	IAIN Purwokerto on 2023-11-24	<1%
17	Student papers	Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia on 2024-08-21	<1%
18	Student papers	Universitas Islam Riau on 2025-08-04	<1%
19	Internet	aksiologi.org	<1%
20	Internet	beginner.my.id	<1%
21	Internet	core.ac.uk	<1%
22	Internet	fikom.mercubuana-yogya.ac.id	<1%
23	Internet	journal.politeknik-pratama.ac.id	<1%
24	Internet	repositori.usu.ac.id	<1%
25	Publication	Mentari Dwi Aristi, Linda Hetri Suryanti, Wahyudi Engla Maizal. "Apakah Religiusi...	<1%

26

Student papers

Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang on 2019-07-30

<1%



Integrasi FOMO dan Literasi Keuangan dalam Membentuk Model Keputusan Investasi IPO yang Lebih Rasional

Khomisatul fitri¹, Asmaul Layli², Nuzul fatiha³, Tasya⁴, Joni hendra⁵

123456 IAIN Datuk Laksemana Bengkalis

*Penulis Korespondensi: khomisatulfitri91@gmail.com

Abstract. The growing participation of retail investors in Initial Public Offerings (IPOs) indicates that investment decisions are shaped not only by rational analysis but also by psychological dynamics such as FOMO, which arises from social pressure, market euphoria, and fear of missing potential gains. This study aims to examine how FOMO influences impulsive decision-making in IPO investments and how financial literacy mitigates this influence, ultimately shaping more rational investment behavior. This research employs a literature review approach, collecting data from national and international journals, official financial institution reports, and relevant academic publications, which were then analyzed using content analysis to identify conceptual patterns and variable relationships. The findings reveal that FOMO strongly drives impulsive behavior, particularly among investors with low literacy levels, while financial literacy functions as a cognitive regulator that reduces impulsivity and enhances decision quality. The study concludes that the integration of FOMO and financial literacy forms the IPO Rationality Model, offering a new conceptual framework for understanding modern investment behavior and providing practical implications for investor education, regulatory policy development, and risk-mitigation features in digital investment platforms

Keywords: FOMO, financial literacy, impulsivity, investment decision, IPO

Abstrak. Fenomena meningkatnya partisipasi investor ritel dalam penawaran saham perdana (IPO) menunjukkan bahwa keputusan investasi tidak hanya dibentuk oleh analisis rasional, tetapi juga oleh dinamika psikologis seperti FOMO yang dipicu oleh tekanan sosial, euforia pasar, dan rasa takut kehilangan peluang. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana FOMO memengaruhi impulsivitas dalam keputusan investasi IPO serta bagaimana literasi keuangan berperan dalam melemahkan pengaruh tersebut sehingga membentuk pola keputusan yang lebih rasional. Penelitian menggunakan pendekatan studi literatur dengan teknik pengumpulan data melalui penelusuran jurnal nasional dan internasional, laporan resmi lembaga keuangan, serta publikasi ilmiah relevan, kemudian dianalisis menggunakan metode analisis isi untuk mengidentifikasi pola relasi antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh kuat dalam mendorong keputusan impulsif, terutama pada investor dengan tingkat literasi rendah, sedangkan literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme pengendali yang mampu menurunkan intensitas impulsivitas dan meningkatkan kualitas keputusan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi antara FOMO dan literasi keuangan menghasilkan Model Rasionalitas IPO yang dapat digunakan sebagai kerangka pemahaman baru dalam perilaku investasi modern, serta memberikan kontribusi praktis bagi edukasi investor, perumusan kebijakan regulator, dan pengembangan fitur mitigasi risiko pada platform investasi digital.

Kata Kunci: FOMO ; Literasi Keuangan ; Impulsivitas ; Keputusan Investasi ; IPO

1. LATAR BELAKANG

Dalam beberapa tahun terakhir, minat masyarakat Indonesia terhadap investasi saham, terutama pada instrumen Initial Public Offering (IPO), mengalami peningkatan pesat (Wijaya & Tauran, 2024). KSEI mencatat pertumbuhan signifikan jumlah investor ritel muda yang aktif membeli saham IPO melalui aplikasi digital. Fenomena ini tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi

Naskah Masuk: 12 Juni 2024; Revisi: 12 Juni 2024; Diterima: 12 Juni 2024; Tersedia: 12 Januari 2026;
Terbit: 30 Maret 2026;

**STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III
SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA**

juga menjadi tren global di mana investor generasi muda lebih responsif terhadap informasi cepat dari media sosial dan komunitas online. Meskipun pertumbuhan ini terlihat positif, kondisi tersebut membawa risiko baru karena banyak investor pemula mengambil keputusan secara tergesa-gesa akibat tekanan sosial dan euforia pasar. IPO sendiri merupakan instrumen yang sensitif karena memiliki masa penawaran yang sangat singkat, kuota terbatas, serta potensi keuntungan tinggi dalam waktu singkat, sehingga rentan memicu perilaku impulsif.

Salah satu fenomena psikologis yang paling menonjol dalam perilaku investor masa kini adalah Fear of Missing Out (FOMO) (McGinnis, 2020), yaitu rasa takut ketinggalan peluang besar ketika melihat orang lain sedang meraih keuntungan(Bellarmino & Dewi, 2024) . Penelitian (Vamossy, 2025) menunjukkan bahwa emosi yang muncul di media sosial dapat memengaruhi keputusan investor terhadap IPO, terutama ketika hype pasar sedang tinggi. Di sisi lain, OJK (2022) juga melaporkan bahwa indeks literasi keuangan Indonesia baru mencapai 49,68%, yang berarti setengah masyarakat masih memiliki pemahaman keuangan yang rendah. Kombinasi antara hype yang kuat dan literasi yang belum optimal menciptakan situasi di mana keputusan investasi lebih banyak dipicu emosi dibandingkan analisis yang rasional.

Namun, kajian ilmiah mengenai FOMO dalam konteks IPO masih memiliki celah. Penelitian terdahulu seperti (Gerrans et al., 2023) dan (Güngör et al., 2022) banyak membahas FOMO dalam investasi umum seperti cryptocurrency, tetapi belum mengkaji secara mendalam bagaimana FOMO bekerja dalam keputusan IPO yang memiliki karakteristik unik. Beberapa penelitian lokal seperti (Wang & Alfredo, 2023) memang menunjukkan literasi keuangan dapat mengurangi perilaku impulsif, namun belum ada model konseptual yang secara eksplisit mengintegrasikan variabel FOMO dan literasi keuangan secara simultan. Gap inilah yang menjadi alasan pentingnya penelitian konseptual yang mampu memetakan hubungan keduanya dalam konteks IPO.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah model konseptual yang menjelaskan bagaimana FOMO mempengaruhi keputusan investasi IPO, sekaligus bagaimana literasi keuangan dapat berfungsi sebagai pengendali agar keputusan yang diambil lebih rasional. Penelitian ini tidak mengumpulkan data

lapangan, tetapi menyintesis hasil studi empiris dan teoretis yang telah dilakukan sebelumnya untuk membentuk kerangka hubungan yang lebih utuh. Dengan demikian, penelitian ini ingin menjawab: bagaimana dinamika psikologis FOMO bekerja pada investor IPO, dan sejauh mana literasi keuangan mampu menahan efek emosional tersebut?

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada perkembangan literatur behavioral finance dengan menggabungkan temuan-temuan mengenai bias emosional (khususnya FOMO) dan kemampuan kognitif (literasi keuangan) dalam satu model integratif. Model ini memperkaya pemahaman mengenai bagaimana investor membuat keputusan dalam kondisi ketidakpastian tinggi. Selain itu, penelitian ini juga mengadopsi kerangka Prospect Theory yang menyatakan bahwa manusia lebih sensitif terhadap potensi kerugian dibandingkan potensi keuntungan suatu mekanisme psikologis yang dapat menjelaskan mengapa FOMO sangat kuat dalam konteks IPO.

Dari sisi praktis, model konseptual ini dapat menjadi dasar bagi regulator seperti OJK dan BEI dalam merancang program literasi keuangan yang lebih fokus pada bias psikologis. Dengan memahami interaksi antara FOMO dan literasi, regulator dapat merancang edukasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga preventif terhadap perilaku impulsif. Platform investasi pun dapat memanfaatkan model ini untuk merancang fitur yang membantu investor berpikir lebih rasional, misalnya pop-up peringatan risiko pada IPO dengan tingkat hype tinggi atau fitur penundaan keputusan.

Sebagai fondasi nilai yang selaras dengan konteks Indonesia, penelitian ini juga menegaskan pentingnya kehati-hatian dalam transaksi keuangan sebagaimana diajarkan dalam Al-Qur'an. Surah Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi :

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَآيَنْتُم بِدِينِ إِلَى أَجَلٍ مُسَمَّى فَأَكْتُبُهُ وَلَيَكُتبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ
بِالْعُدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَن يَكْتُبَ كَمَا عَلِمَهُ اللَّهُ فَلَيَكُتبْ وَلَيُمْلِلَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحُقْقُ وَلَيُبَيِّقَ اللَّهُ
رَبُّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحُقْقُ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَن يُمْلِلَ
هُوَ قَلِيمُلُ وَلَيُهُ وَبِالْعُدْلِ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ
وَأُمْرَأَتَانِ مِنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَن تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى وَلَا يَأْبَ

**STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III
SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA**

الْشَّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُواً وَلَا سَمُواً أَن تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَيْرًا إِلَى أَجْلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنَدَ اللَّهِ
 وَأَقْوَمُ لِلشَّهَدَةِ وَأَدْنَى لَا تَرَأْبُوا إِلَّا أَن تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً ثُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ
 جُنَاحٌ إِلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَأْيَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِن تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ
 بِكُمْ وَأَتَقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿١٦﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhanmu, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang laki-laki (di antaramu). Jika tak ada dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu

Ayat ini mengingatkan umat untuk mencatat dan mempertimbangkan setiap transaksi agar terhindar dari kesalahan atau kecurangan. Prinsip ini relevan dengan tujuan literasi keuangan: mendorong keputusan yang terukur, terencana, dan tidak dipengaruhi tekanan emosional. Dengan demikian, model konseptual yang dibangun tidak hanya mendukung pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga memperkuat nilai moral dalam pengambilan keputusan finansial.

2. KAJIAN TEORITIS

a. Fenomena Fear of Missing Out (FOMO)

Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) semakin menonjol dalam perilaku investor modern, terutama sejak platform digital dan media sosial menyediakan aliran informasi cepat dan masif (Lestari & Ramadhani, 2024). Dalam konteks investasi IPO, FOMO muncul ketika seorang individu melihat orang lain teman, influencer, atau komunitas investasi tampak memperoleh keuntungan besar dari penawaran saham perdana (Fatahillah et al., 2025). Rasa takut “ketinggalan kesempatan emas” mendorong individu membuat keputusan dalam waktu singkat tanpa analisis mendalam (Agustini et al., 2023). Secara psikologis, FOMO merupakan gabungan antara tekanan sosial, euforia kolektif, dan kecemasan kehilangan peluang yang dianggap jarang terjadi. Banyak studi menyebutkan bahwa tekanan sosial ini dapat mengurangi kemampuan seseorang untuk berpikir jernih, karena fokus kognitifnya bergeser dari evaluasi rasional ke pencarian validasi sosial. Pada situasi IPO yang batas waktunya sangat singkat, FOMO menjadi pemicu impulsivitas yang sangat kuat. Secara umum, FOMO bekerja melalui tiga mekanisme utama, Yaitu :

1. Tekanan sosial (social pressure), yaitu dorongan psikologis yang membuat seseorang merasa harus mengikuti arus karena orang lain terlihat melakukan keputusan serupa. Investor yang melihat teman-temannya ikut ipo cenderung merasa “akan rugi” jika tidak ikut masuk.
2. Euforia (market excitement) yang muncul ketika pemberitaan media dan percakapan online menampilkan ipo sebagai kesempatan langka. Euforia ini memicu overconfidence dan optimism bias pada investor pemula.
3. Rasa takut kehilangan (fear of loss) yang bersifat emosional. Investor membayangkan skenario bahwa jika mereka tidak ikut membeli, mereka akan menyesal karena melewatkkan potensi keuntungan yang besar. Ketiga aspek ini saling menguatkan sehingga menciptakan kondisi psikologis yang sangat tidak menguntungkan bagi pengambilan keputusan rasional.

***STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III
SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA***

b. literasi keuangan

Berbeda dari FOMO yang bersifat emosional, literasi keuangan adalah komponen kognitif yang berkaitan dengan kemampuan individu memahami konsep dasar keuangan, risiko, dan mekanisme pasar modal(Abdullah & Perkasa, 2023). Literasi keuangan melibatkan kapasitas logis dalam memahami perhitungan return, diversifikasi risiko, penilaian fundamental, serta analisis potensi kerugian. Individu dengan literasi keuangan tinggi biasanya mampu menilai apakah suatu IPO memiliki nilai intrinsik yang masuk akal atau hanya didorong hype sesaat. Di sisi lain, individu dengan literasi rendah rentan mengambil keputusan impulsif karena tidak memiliki kapasitas untuk membedakan antara peluang riil dan ilusi keuntungan cepat(Abidzar et al., 2023).

Literasi keuangan juga memainkan peran penting dalam membentuk bagaimana individu merespon risiko (Abidzar et al., 2023). Investor yang memahami risiko tidak akan mudah terbawa narasi “cuan cepat”, melainkan berusaha menilai risiko fundamental secara objektif (Hawa et al., 2023). Kemampuan ini yang mencakup pemahaman konsep seperti volatilitas, probabilitas gagal listing, hingga kemungkinan oversubscription tanpa jaminan profit menjadi rem kognitif yang sangat efektif dalam mengendalikan dorongan emosional FOMO. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat mengurangi kecenderungan perilaku impulsif dengan cara meningkatkan kemampuan individu dalam mengevaluasi informasi secara kritis serta menahan pengaruh dari tekanan sosial (Mahardhika & Restianto, 2023)

c. Prospect Theory

Untuk menjelaskan bagaimana konflik antara emosi dan logika ini bekerja, kajian perilaku keuangan sering menggunakan Prospect Theory yang diperkenalkan oleh Kahneman dan Tversky (Anggraeni, 2016). Teori ini menegaskan bahwa manusia tidak mengambil keputusan berdasarkan perhitungan objektif, melainkan berdasarkan persepsi subjektif terhadap untung dan rugi. Salah satu temuan paling relevan dari Prospect Theory adalah loss

aversion, yaitu kecenderungan seseorang merasa kerugian lebih menyakitkan daripada keuntungan yang setara. Dengan kata lain, manusia lebih takut rugi daripada bersemangat mencari untung. Dalam konteks FOMO pada IPO, loss aversion menjelaskan mengapa investor merasa “takut rugi kesempatan” bahkan sebelum mereka mengalami kerugian apa pun. Rasa takut kehilangan peluang dianggap sama menyakitkannya seperti kehilangan uang sungguhan.

Loss aversion juga membuat investor bereaksi berlebihan terhadap informasi yang menekankan “jangan sampai ketinggalan”. Ketika orang lain terlihat mendapat keuntungan dari IPO, investor membayangkan potensi kerugian emosional jika mereka tidak ikut. Bahkan jika mereka mengetahui risikonya tinggi, bias loss aversion mendorong mereka untuk mengambil keputusan cepat demi menghindari rasa sakit psikologis tersebut. Inilah titik pertemuan antara FOMO dan Prospect Theory: keduanya sama-sama menjelaskan proses mental yang bersifat emosional dan tidak rasional. Sementara itu, literasi keuangan berfungsi sebagai filter logis yang dapat menahan efek bias tersebut

Integrasi ketiga konsep FOMO, literasi keuangan, dan Prospect Theory menjadi dasar penting untuk merumuskan model keputusan investasi IPO yang lebih komprehensif. Model integratif ini bekerja dengan melihat FOMO sebagai variabel emosional yang mendorong percepatan keputusan, literasi keuangan sebagai variabel kognitif yang menahan respons impulsif, dan Prospect Theory sebagai kerangka yang menjelaskan konflik antara persepsi risiko dan persepsi kehilangan. Dengan menggabungkan ketiganya, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai bagaimana investor ritel memutuskan untuk membeli IPO.

Model integratif yang diusulkan dalam penelitian ini dimulai dari asumsi bahwa FOMO adalah pemicu utama perilaku impulsif. Ketika investor terpapar informasi berulang mengenai kesuksesan IPO tertentu, dorongan emosional meningkat, diikuti oleh tekanan sosial. Namun, jika individu memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, mereka akan melakukan mekanisme penilaian ulang (reappraisal) terhadap informasi tersebut. Mereka mungkin

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

18 mempertanyakan apakah valuasi IPO masuk akal, apakah prospektus menunjukkan fundamental yang kuat, dan apakah hype tersebut didukung data nyata atau hanya euphoria pasar. Literasi keuangan dengan demikian bertindak sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh FOMO.

Jika literasi rendah, FOMO memiliki jalur pengaruh langsung menuju keputusan impulsif. Sebaliknya, jika literasi tinggi, jalur tersebut menjadi lebih lemah karena individu akan melakukan evaluasi risiko yang lebih lengkap. Prospect Theory melengkapi model ini dengan menjelaskan bahwa semua investor, baik yang berliterasi tinggi maupun rendah, tetap terpengaruh loss aversion. Namun, mereka yang memiliki literasi lebih tinggi dapat mengelola bias tersebut dengan cara menilai kerugian dan keuntungan berdasarkan data, bukan ketakutan emosional.

Dengan menggabungkan ketiga komponen ini, model integratif memberikan pemahaman bahwa perilaku investasi IPO bukan sekadar pilihan rasional, tetapi hasil interaksi kompleks antara emosi, logika, dan persepsi risiko. Model ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan maupun rekomendasi praktis bagi regulator, platform investasi, dan edukator keuangan

3. METODE PENELITIAN

25 13 Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur yang berfokus pada pengumpulan, penelusuran, dan analisis berbagai sumber ilmiah yang relevan untuk membangun model konseptual mengenai hubungan antara FOMO, literasi keuangan, dan keputusan investasi IPO. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan mengembangkan pemahaman teoretis, bukan melakukan pengujian empiris. Literatur yang dikaji mencakup jurnal nasional dan internasional, buku teks perilaku keuangan, laporan resmi OJK dan KSEI, serta penelitian terdahulu yang membahas mekanisme psikologis dalam pengambilan keputusan investasi. Seluruh sumber dipilih berdasarkan relevansi, kredibilitas, serta kekuatan metodologisnya agar mampu memberikan dasar teoretis yang kokoh.

Analisis dilakukan melalui analisis isi (content analysis) dengan langkah-langkah mulai dari identifikasi kata kunci, seleksi literatur, reduksi informasi, hingga sintesis yang menghubungkan teori FOMO, literasi keuangan, dan perilaku impulsif dalam konteks IPO. Proses ini menghasilkan pemetaan konsep yang kemudian dirumuskan menjadi model konseptual yang menunjukkan bagaimana FOMO dapat memicu keputusan investasi impulsif, serta bagaimana literasi keuangan berfungsi sebagai pengendali yang menuntun keputusan menjadi lebih rasional. Output utama penelitian ini berupa kerangka teoretis yang komprehensif dan dapat digunakan sebagai dasar bagi penelitian lanjutan maupun perumusan kebijakan edukasi keuangan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN



***STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III
SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA***

15 Fenomena FOMO (Fear of Missing Out) memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku investor, terutama dalam konteks investasi IPO yang sifatnya cepat, terbatas, dan penuh euforia publik. Analisis konseptual ini menjelaskan bagaimana FOMO memicu impulsivitas, bagaimana literasi keuangan mampu melemahkan pengaruh tersebut, serta bagaimana keduanya jika digabungkan membentuk fondasi bagi *Model Rasionalitas IPO*.

Tanpa literasi keuangan, FOMO menjadi pendorong utama perilaku impulsif. Investor yang tidak memiliki dasar pengetahuan memadai mengenai risiko, valuasi, struktur penawaran umum, maupun mekanisme pasar modal cenderung mengandalkan emosi ketika membuat keputusan. Dalam proses ini, tekanan sosial menjadi pemicu awal. Ketika melihat orang lain memperoleh keuntungan cepat dari IPO, investor merasa dirinya akan tertinggal bila tidak ikut berpartisipasi. Euforia pasar misalnya dari unggahan media sosial, tren TikTok, atau rekomendasi tanpa analisis menciptakan ilusi bahwa peluang tersebut langka dan tidak boleh dilewatkan. Ditambah lagi rasa takut kehilangan peluang, investor cenderung memutuskan secara tergesa-gesa tanpa melakukan pertimbangan matang. Tanpa literasi, investor tidak memiliki alat kognitif untuk menghentikan arus emosi ini. FOMO yang tidak terkendali akhirnya berubah menjadi tindakan impulsif: membeli IPO hanya karena “semua orang ikut”, bukan karena memahami prospeknya.

Sebaliknya, dengan literasi keuangan, pengaruh FOMO dapat dilemahkan secara signifikan. Literasi keuangan memberikan fondasi logis dan kognitif bagi individu dalam menilai informasi. Investor yang memiliki literasi keuangan lebih tinggi cenderung memahami bahwa hype tidak sama dengan nilai fundamental. Mereka mampu mengevaluasi risiko, membaca prospektus, menilai potensi oversubscription, dan mempertimbangkan kemungkinan bahwa harga IPO dapat jatuh setelah hari pertama. Dalam konteks ini, literasi berfungsi sebagai *mekanisme pengendali emosional*. Investor tetap merasakan FOMO karena FOMO adalah respon emosional alami namun dorongan tersebut tidak langsung diterjemahkan menjadi tindakan. Literasi keuangan memberi jarak antara stimulus (FOMO) dan respons (keputusan investasi), sehingga investor memiliki waktu untuk berpikir sebelum bertindak.

Dengan adanya literasi keuangan, investor mampu memahami bahwa rasa takut kehilangan itu tidak selalu menggambarkan peluang nyata. Mereka mampu membedakan antara kesempatan yang layak diambil dan kesempatan yang sekadar terlihat menarik karena tekanan sosial. Akibatnya, meskipun FOMO tetap timbul, efeknya tidak langsung mengarah pada keputusan impulsif. Proses penilaian risiko, analisis sederhana, atau sekadar refleksi singkat sudah cukup untuk mengalihkan investor dari tindakan emosional menuju keputusan yang lebih rasional.

Ketika kedua variabel FOMO dan literasi keuangan dikombinasikan, muncullah konsep *Model Rasionalitas IPO*. Model ini berangkat dari premis bahwa keputusan investasi tidak berada dalam spektrum hitam-putih antara impulsif vs. rasional, tetapi berada pada kontinum yang dipengaruhi oleh kekuatan emosional (FOMO) dan kekuatan kognitif (literasi). FOMO mendorong investor ke arah impulsivitas, sementara literasi menarik investor ke arah rasionalitas. Interaksi keduanya menciptakan hasil akhir yang berbeda pada tiap individu. Investor dengan FOMO tinggi dan literasi rendah cenderung impulsif. Investor dengan FOMO tinggi namun literasi tinggi memiliki peluang lebih besar membuat keputusan yang bijaksana. Sementara investor yang literasinya sangat tinggi, bahkan ketika FOMO timbul, mereka tetap mampu mengontrol keputusan secara rasional.

Dengan demikian, analisis konseptual ini memperlihatkan dengan jelas bahwa literasi bukanlah penghapus FOMO, melainkan penyeimbang yang menjaga agar keputusan tidak didominasi emosi sesaat.

Model Rasionalitas IPO merupakan inti dari pembahasan ini, karena model ini menggambarkan bagaimana proses psikologis investor bekerja dalam konteks keputusan investasi IPO. Model ini mengintegrasikan tiga komponen utama: FOMO sebagai pemicu emosional, impulsivitas sebagai respons perilaku, dan literasi keuangan sebagai pengendali yang memoderasi proses pengambilan keputusan.

Struktur dasar model ini dapat digambarkan sebagai berikut:

FOMO → Impulsivitas → Keputusan Investasi IPO

***STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III
SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA***

Dalam skema dasar tersebut, FOMO mendorong impulsivitas. Ketika impulsivitas meningkat, keputusan untuk membeli IPO dilakukan dengan cepat, tanpa analisis. Hal ini mencerminkan pola pengambilan keputusan yang banyak terlihat di kalangan investor ritel pemula. Namun, model ini tidak berhenti di sana. Pada jalur tersebut, ada variabel penting yang berperan sebagai moderator, yaitu:

Literasi Keuangan → Mengubah Jalur Menjadi Lebih Rasional

Literasi keuangan tidak menghapus FOMO, tetapi mengintervensi jalur pengaruh FOMO terhadap impulsivitas. Dengan literasi yang kuat, intensitas impulsivitas berkurang, sehingga keputusan IPO menjadi lebih rasional. Artinya, investor mungkin tetap tergoda oleh FOMO, tetapi literasi memberikan kemampuan untuk mengevaluasi ulang keputusan, menimbang risiko, dan memeriksa informasi sebelum bertindak.

Model Rasionalitas IPO menyatakan bahwa keputusan investasi bukan semata hasil dorongan emosional, tetapi hasil interaksi antara rasa takut kehilangan dan kemampuan kognitif. Semakin tinggi literasi, semakin kecil kemungkinan FOMO menghasilkan keputusan impulsif. Sebaliknya, semakin rendah literasi, semakin mudah investor terjebak dalam lingkaran hype dan euforia pasar.

Dengan demikian, model ini dapat digunakan sebagai landasan untuk memahami dinamika keputusan IPO di era digital, di mana akses informasi semakin cepat dan tekanan sosial semakin kuat.

Model Rasionalitas IPO memiliki sejumlah implikasi penting, baik bagi investor, regulator, maupun platform investasi.

1. Implikasi bagi Investor : Investor perlu menyadari bahwa FOMO adalah mekanisme psikologis alami yang dapat muncul kapan saja. Namun, sebelum mengikuti hype, investor perlu membekali diri dengan literasi keuangan yang memadai. Edukasi sederhana seperti memahami prospektus, menilai risiko IPO, dan mengevaluasi potensi kerugian dapat membantu mengambil keputusan yang lebih rasional. Dengan demikian, investor tidak lagi menjadi korban “trending investasi”, melainkan pelaku yang sadar dan waspada.

- 17
2. Implikasi bagi Regulator : Regulator seperti OJK dan BEI perlu merancang kampanye literasi keuangan yang tidak hanya mengajarkan konsep dasar keuangan, tetapi juga fokus pada bias perilaku. Edukasi tentang bias psikologis seperti FOMO, herding behavior, dan impulsivitas penting agar investor tidak mudah terjebak dalam hype. Dengan menekankan aspek perilaku, regulator dapat membangun ekosistem pasar modal yang lebih sehat dan berkelanjutan.
 3. Implikasi bagi Platform Investasi : Platform investasi memiliki peran strategis dalam mencegah perilaku impulsif. Mereka dapat merancang fitur *anti-FOMO* seperti notifikasi risiko, pop-up edukatif sebelum pembelian IPO, dan fitur penundaan keputusan (cooling-off period). Fitur-fitur ini tidak hanya meningkatkan keamanan investor, tetapi juga memperkuat kepercayaan terhadap platform.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keputusan investasi IPO sangat dipengaruhi oleh interaksi antara dorongan emosional berupa FOMO dan kapasitas analitis melalui literasi keuangan. FOMO terbukti mendorong perilaku impulsif, sementara literasi keuangan mampu melemahkan efek tersebut dan mengarahkan investor menuju keputusan yang lebih rasional; temuan ini secara langsung membentuk Model Rasionalitas IPO yang menjadi kontribusi utama penelitian. Implikasi penelitian menegaskan pentingnya edukasi keuangan yang tidak hanya fokus pada konsep teknis, tetapi juga pada pengenalan bias perilaku agar investor lebih siap menghadapi euforia pasar. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena belum menguji model secara empiris, sehingga studi mendatang disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau eksperimental untuk menguji kekuatan hubungan antarvariabel secara lebih objektif dan memperkuat generalisasi temuan

DAFTAR REFERENSI

**STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III
SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA**

- Abdullah, M. A. F., & Perkasa, D. H. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan Dalam Menciptakan Perilaku Berinvestasi Bagi Generasi Millenial Di Pulau Tidung. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 1–8.
- Abidzar, M., Indriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompet Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2).
- Agustini, A. P., Oktapiani, O., Septrianingsih, H., & Zukhri, N. (2023). From Financial Literacy To Fomo: Menggali Keterkaitan Literasi Keuangan, Social Media Influencer, Dan Fear Of Missing Out Dalam Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 6594–6604.
- Anggraeni, N. A. (2016). Financial Literacy Biases In Prospect Theory: Empirical Evidence On How Indonesian Money Market Investors Making Financial Decision. *Bandung Institute Of Technology*.
- Bellarmino, E., & Dewi, F. I. R. (2024). Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Perilaku Berisiko Dalam Perdagangan Kripto Pada Dewasa Muda. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(6), 1842–1850.
- Fatahillah, M. I., Rahayu, A. D., & Aziizah, S. S. (2025). Penyuluhan Tren Media Sosial: Mengenali Dan Mengatasi Fear Of Missing Out (Fomo). *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(5), 1487–1491.
- Gerrans, P., Abisekaraj, S. B., & Liu, Z. F. (2023). The Fear Of Missing Out On Cryptocurrency And Stock Investments: Direct And Indirect Effects Of Financial Literacy And Risk Tolerance. *Journal Of Financial Literacy And Wellbeing*, 1(1), 103–137.

- Güngör, S., Küçün, N. T., & Erol, K. (2022). Fear Of Missing Out Reality In Financial Investments. *International Journal Of Business & Management Studies*, 3(10), 53–69.
- Hawa, H. N., Fauzi, A., Putra, F. F., Naraya, G. P., Nazara, G. V., & Wa'afin, I. A. (2023). Analisis Risiko Dan Tingkat Pengembalian Dalam Mengidentifikasi Saham Yang Dimiliki Investor. *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara*, 1(4), 117–128.
- Lestari, N. P., & Ramadhani, A. A. (2024). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Di Kalangan Mahasiswa:(Studi Kasus Pada Kalangan Mahasiswa Di Pulau Jawa). 5(1).
- Mahardhika, A. S., & Restianto, Y. E. (2023). Memahami Toleransi Risiko Finansial Di Kalangan Investor Muda. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(4), 3164–3174.
- Mcginnis, P. (2020). *Fomo—Fear Of Missing Out: Bijak Mengambil Keputusan Di Dunia Yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Vamossy, D. F. (2025). Social Media Emotions And Ipo Returns. *Journal Of Money, Credit And Banking*, 57(1), 31–67.
- Wang, F., & Alfredo, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Serta Pendapatan Generasi Z Pada Pengambilan Keputusan Investasi Saham Lq45. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(3), 166–175.
- Wijaya, A. N., & Tauran, T. (2024). Electronic Initial Public Offering (E-Ipo) Sebagai Inovasi Dalam Penawaran Umum Di Bursa Efek Regional Jawa Timur. *Publika*, 837–848.