

PENGARUH FENOMENA *FLEXING* dan *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP SIKAP INVESTASI MAHASISWA DENGAN ASPEK *PRUDENTIAL* SEBAGAI VARIABEL MODERASI DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Mahasiswa di Bandar Lampung)

Skripsi

Alvi Choiriah
NPM : 2051020220



Program Studi : Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2024 M**

PENGARUH FENOMENA *FLEXING* dan *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP SIKAP INVESTASI MAHASISWA DENGAN ASPEK *PRUDENTIAL* SEBAGAI VARIABEL MODERASI DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Mahasiswa di Bandar Lampung)

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam



Pembimbing I : Muhammad Kurniawan, M.E.,Sy.
Pembimbing II : Vicky F Sanjaya, M.Sc.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2024 M

ABSTRAK

Di masa ini, investasi telah menjadi kegiatan yang diminati oleh berbagai kalangan mahasiswa. Munculnya *influencer* dan figur *endorser* lainnya yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan *Flexing* sebagai alat investasi. Perilaku tersebut muncul di era *post truth* dimana fakta objektif memiliki pengaruh yang lebih kecil dalam membentuk opini publik. Selain itu *Fear Of Missing Out* atau FOMO merupakan suatu bentuk kecemasan terhadap adanya peristiwa menarik ditempat lain. FOMO dalam penelitian ini dikorelasikan dengan kecenderungan untuk melakukan investasi. FOMO dapat membuat mahasiswa melakukan perilaku *herding* yaitu terlalu cepat untuk membuat keputusan investasi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh fenomena *Flexing* dan FOMO terhadap sikap investasi mahasiswa dengan aspek *Prudential* sebagai pemoderasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan sampel berjumlah 100 responden mahasiswa di Kota Bandar Lampung dengan menggunakan perhitungan rumus lemeshow. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi berganda dan uji Moderated Regression Analysis (MRA) untuk melihat pengaruh variabel moderasi. Alat analisis yang digunakan yaitu SPSS (Statistical Products and Services Solutions) versi 26 dengan taraf signifikansi sebesar 10% (0,10).

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan oleh peneliti, memperoleh kesimpulan pada hipotesis pertama dan kedua bahwa fenomena *Flexing* dan FOMO mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap investasi. Berdasarkan hasil uji t pada hipotesis ketiga, variabel *Flexing* berpengaruh terhadap sikap investasi dengan aspek *Prudential* sebagai variabel moderasi. Sedangkan pada uji t hipotesis keempat, pada variabel FOMO tidak berpengaruh terhadap sikap investasi mahasiswa. Dengan demikian, aspek *Prudential* gagal memoderasi pengaruh fenomena *Flexing* terhadap sikap investasi mahasiswa namun mampu memperlemah atau memoderasi pengaruh FOMO terhadap sikap investasi.

Kata Kunci : Aspek *Prudential*, FOMO, *Flexing*, Sikap Investasi

ABSTRACT

Nowadays, investing has become an activity that is of interest to various groups of students. The emergence of influencers and other endorser figures who are not responsible for using Flexing as an investment tool. This behavior appears in the post truth era where objective facts have less influence in shaping public opinion. Apart from that, Fear Of Missing Out or FOMO is a form of anxiety about interesting events elsewhere. FOMO in this research is correlated with the tendency to invest. FOMO can make students engage in hearing behavior, namely being too quick to make investment decisions. This research aims to see the influence of the Flexing and FOMO phenomena on students' investment attitudes with the Prudential aspect as a moderator.

The method used in this research uses quantitative research methods, with a sample of 100 student respondents in Bandar Lampung City using the Lemeshow formula calculation. The data analysis technique used is multiple regression analysis and the Moderated Regression Analysis (MRA) test to see the effect of the moderating variable. The analytical tool used is SPSS (Statistical Products and Services Solutions) version 26 which is used as an analytical tool with a significance level of 10% (0.10).

Based on the results of the t test carried out by the researcher, the conclusion of the first and second hypotheses is that the Flexing and FOMO phenomena have a significant influence on investment attitudes. Based on the results of the t test in the third hypothesis, the Flexing variable influences investment attitudes with the Prudential aspect as a moderating variable. Meanwhile, in the t test of the fourth hypothesis, the FOMO variable had no effect on students' investment attitudes. Thus, the Prudential aspect fails to moderate the influence of the Flexing phenomenon on students' investment attitudes but is able to weaken or moderate the influence of FOMO on investment attitudes.

Keywords : Prudential Aspect, FOMO, Flexing, Investment Attitude



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol.H.EndroSuratmin,Sukarame,BandarLampung35131,Telp.(0721)703260

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alvi Choiriah
NPM : 2051020220
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Fenomena *Flexing* dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa Dengan Aspek *Prudential* Sebagai Variabel Moderasi Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa di Bandar Lampung)”** adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 1 April 2024



Alvi Choiriah
NPM.2051020220



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol.H.EndroSuratmin,Sukarame,BandarLampung35131,Telp.(0721)703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Fenomena *Flexing* dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa Dengan Aspek *Prudential* Sebagai Variabel Moderasi Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa di Bandar Lampung)

**Nama : Alvi Choiriah
NPM : 2051020220
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

**Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy.
NIP. 198605172015031005**

Pembimbing II,

**Vicky F Sanjaya, M.Sc.
NIP. 199411122019031009**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Any Eliza, S.E., M.Ak.
NIP. 198308152006012004**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol.H.EndroSuratmin,Sukarame,BandarLampung35131,Telp.(0721)703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Fenomena *Flexing* dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa Dengan Aspek *Prudential* Sebagai Variabel Moderasi Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa di Bandar Lampung)”** disusun oleh **Alvi Choiriah**, NPM: 2051020220, Program Studi Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal:

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Ridwansyah, M.E.Sy (.....)

Sekretaris : Zathu Restie Utamie, M.Pd (.....)

Penguji I : Siska Yuli Anita, M.M (.....)

Penguji II : Muhammad Kurniawan, M.E.,Sy (.....)



Mengetahui,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Yanti Suratna, S.E., M.M., Akt., CA
NIP. 196202008011008

MOTTO

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اسْتَعِيْنُوْا بِالصَّبْرِ وَالصَّلٰوةِ ۗ اِنَّ اللّٰهَ مَعَ الصّٰبِرِيْنَ ﴿١٥٣﴾

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”.
(Qs.Al-Baqarah:153)

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan untuk menguji kekuatan akarnya”
~Ali bin Abi Thalib~



PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan-Nya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir sebagai mahasiswa. Yang diharapkan hasil skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi segala pihak yang memerlukan. Dengan lafadz Bismillah dan rasa syukur serta kerendahan hati, penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua tercinta dan terkasih, yang selalu menyayangi dan selalu memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya. Saya persembahkan kepada Ayah saya Agus Riyanto dan Ibu saya Muinah, terima kasih atas pengorbanan serta kerja keras yang telah menghantarkan anakmu ini sampai dijenjang pendidikan yang dicita-citakannya. Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap dimana skripsi ini bisa selesai. Terima kasih atas segala untaian doa-doa dan nasihat yang selalu Ayah dan Ibu berikan untuk Saya. Sebanyak apapun yang bisa saya berikan dikemudian hari untuk Ayah dan Ibu, tidak akan pernah cukup untuk membayar segala cinta kasih, pengorbanan dan kerja keras yang telah kalian berikan sampai dengan saat ini. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna.
2. Kedua adik saya yang amat saya sayangi, Thoha Choirul Anam dan Afifa Nahda Muyassaroh yang selalu memberikan keceriaan dan kebahagiaan.
3. Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, orang spesial dihidup saya, Mas R. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Memberikan banyak kontribusi, baik tenaga maupun waktu. Terima kasih telah memberikan semangat tiada henti, dan selalu mendengarkan keluh kesah tanpa lelah.
4. Almamater tercinta, UIN Raden Intan Lampung, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah tempat penulis menuntut ilmu.
5. Sahabat seperjuangan, Yeni, Dinda, Alvin, Kiki dan Ghina.

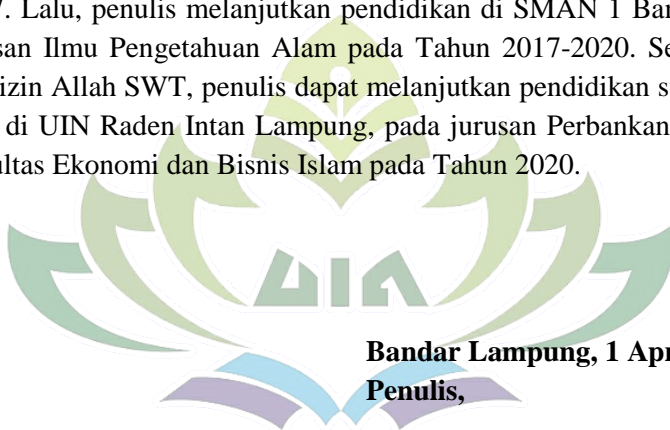
Terima kasih sudah kebersamaan selama ini, terima kasih untuk setiap kata “ayuk,boleh,gas” yang terucap disetiap ajakan saya. Terima kasih untuk banyak cerita indah selama ini. Semoga kelak kita bisa bertemu saat sudah sama-sama menjadi manusia yang bahagia, kaya dan mendunia.

6. Adik-adik kos, Defiya, Tyas, Nova dan Tiara. Terima kasih untuk setiap semangat yang diberikan ketika saya menangis saat mengerjakan revisi. Terima kasih sudah menjadi keluarga kedua bagi saya.
7. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai, mampu berusaha keras dan berjuang serta bertahan sampai sejauh ini. Tetaplah hidup, dan bahagia sampai kesuksesan tercapai.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Alvi Choiriah, lahir di Bawang Sakti Jaya yang sekarang berubah nama menjadi Bawang Tirto Mulyo, Kecamatan Banjar Baru, Kabupaten Tulang Bawang pada tanggal 2 Desember 2001. Anak pertama dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Agus Riyanto dan Ibu Muinah. Adapun riwayat pendidikan yang ditempuh penulis adalah yakni : pendidikan pertama penulis ditempuh di Taman Kanak-kanak (TK) 07 Swasembada Bawang Sakti Jaya pada Tahun 2004. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SDN 1 Bawang Tirto Mulyo pada Tahun 2006-2012. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 2 Banjar Baru pada Tahun 2012-2017. Lalu, penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Banjar Baru jurusan Ilmu Pengetahuan Alam pada Tahun 2017-2020. Setelah itu atas izin Allah SWT, penulis dapat melanjutkan pendidikan strata satu (S1) di UIN Raden Intan Lampung, pada jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Tahun 2020.



Bandar Lampung, 1 April 2023
Penulis,

Alvi Choiriah
NPM.2051020220

KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh
Bismillahirrahmaanirrahiim*

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Puja dan Puji Syukur penulis limpahkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa Kesehatan, ilmu pengetahuan, serta petunjuk sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh fenomena *Flexing* dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap sikap investasi mahasiswa dengan aspek *Prudential* sebagai variabel moderasi ditinjau dalam perspektif ekonomi islam (studi pada mahasiswa di bandar Lampung)” dapat terselesaikan dengan baik sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada suri tauladan kita, Nabi Muhammad SAW, keluarga serta para sahabatnya. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Tak bisa dipungkiri juga dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat melalui berbagai halangan dan rintangan selama proses skripsi. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Any Eliza, M.S., M.Ak. selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy. selaku Dosen Pembimbing Akademik I yang telah sabar membimbing, mengarahkan, meluangkan waktu dan pikirannya bagi penulis, serta memberikan motivasi tiada henti bagi penulis.
4. Vicky F Sanjaya, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik II yang telah sabar membimbing, mengarahkan, meluangkan waktu

dan pikirannya bagi penulis, serta memberikan motivasi tiada henti bagi penulis.

5. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak berbagi ilmu yang bermanfaat dengan penuh keikhlasan.
6. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, Bapak Agus Riyanto dan Ibu Muinah yang selalu mencurahkan doa, cinta dan kasih sayangnya selama ini.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan moril maupun materi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan memberikan balasan kebaikan kepada Orang tua, Bapak dan Ibu Dosen, Sahabat, serta seluruh pihak yang terlibat. Semoga semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan pahala yang lebih besar dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Hal ini tidak lain karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi segala pihak yang membaca skripsi ini.



Bandar Lampung, 1 April 2024
Penulis

Alvi Choiriah
NPM. 2051020220

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	15
D. Rumusan Masalah.....	16
E. Tujuan Penelitian	16
F. Manfaat Penelitian.....	16
G. Kajian Penelitian Dahulu Yang Relevan	17
H. Sistematika Penulisan	50

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori Yang Digunakan	53
1. Keuangan Keprilakuan (<i>Behavioral Finance</i>)	53
2. <i>Risk Perception</i>	54
3. <i>Social Comparison</i> (Perbandingan Sosial)	55
4. <i>Impression Management</i> (Manajemen Kesan)	56
5. Perilaku Konsumen.....	58
a. Sikap Investasi	60
1). Definisi Sikap Investasi	60
2). Tujuan Investasi.....	62
3). Bentuk Investasi	64
4). Proses Investasi.....	64

b. <i>Flexing</i>	66
1). Definisi <i>Flexing</i>	66
2). Dampak <i>Flexing</i>	67
3). Cara Mengurangi <i>Flexing</i>	68
4). <i>Flexing</i> Dalam Pendekatan Iklan Testimonial	69
c. <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	71
1). Definisi FOMO	71
2). Aspek-Aspek FOMO	73
3). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi FOMO	75
4). Dampak FOMO	76
5). Antisipasi Gejala FOMO	77
d. Aspek <i>Prudential</i>	78
1). Definisi Aspek <i>Prudential</i>	78
2). Dasar Hukum	79
3). Penerapan Aspek <i>Prudential</i> di Lembaga Keuangan	80
e. Implikasi Dalam Pandangan Islam	86
1). Implikasi Pandangan Islam mengenai fenomena <i>flexing</i> terhadap sikap investasi mahasiswa	86
2). Implikasi Pandangan Islam Mengenai FOMO	87
3). Aspek <i>Prudential</i> Dalam Perspektif Islam	88
B. Pengajuan Hipotesis	89
1. Pengaruh Fenomena <i>Flexing</i> Terhadap Sikap Investasi mahasiswa	89
2. Pengaruh Fenomena <i>Flexing</i> Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa Yang Dimoderasi Dengan Aspek <i>Prudential</i>	90
3. Pengaruh Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa	92
4. Pengaruh Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa di Moderasi Dengan Aspek <i>Prudential</i>	94
5. Kerangka Pemikiran	95

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	97
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	97
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data	98

D. Definisi Operasional Variabel.....	100
E. Instrumen Penelitian	104
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	104
G. Uji Asumsi Klasik.....	105
H. Analisis Regresi Linier Berganda	106
I. Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	107
J. Uji Hipotesis	108

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	109
B. Pembahasan dan Hasil Penelitian	112
1. Uji Instrumen.....	112
a. Uji Validitas.....	112
b. Uji Reliabilitas.....	113
2. Uji Asumsi Klasik	114
a. Uji Normalitas	114
b. Uji Heteroskedastisitas	115
c. Uji Multikolinearitas.....	116
3. Uji Hipotesis.....	117
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	117
b. Uji T (Parsial).....	118
c. Uji R (Determinasi R ²).....	118
4. Pembahasan Hasil Penelitian	121
a. Pengaruh Fenomena <i>Flexing</i> Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa.....	121
b. Pengaruh Fenomena <i>Flexing</i> Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa Yang Dimoderasi Dengan Aspek <i>Prudential</i>	123
c. Pengaruh Fenomena FOMO Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa.....	125
d. Pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO) Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi.....	127
e. Implikasi Pnadangan Islam Terhadap Fenomena Flexing dan FOMO Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa.....	128

BAB V PENUTUP

A. Simpulan..... 133
B. Rekomendasi..... 134

DAFTAR RUJUKAN..... 135

LAMPIRAN..... 143



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Penelitian Terdahulu	17
Tabel 1.2 Sistematika Penulisan Skripsi Kuantitatif	50
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	101
Tabel 4.1 Deskripsi Objek Penelitian	109
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	112
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	114
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	115
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	115
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	116
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Kerugian Masyarakat Akibat Investasi Ilegal (2012-2022).....	8
Gambar 1.2 Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022	10
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	145
Lampiran 2. Data Output Karakteristik Responden	154
Lampiran 3. Jawaban Responden	156
Lampiran 4. Output Uji Instrumen	167
Lampiran 5. Teknik Analisis Data.....	172
Lampiran 6. Output Uji Hipotesis	174
Lampiran 7. Dokumentasi Responden.....	176
Lampiran 8. Turnitin.....	186



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penjelasan judul diperlukan dalam upaya memberikan batasan-batasan yang jelas dan pasti, dengan menaruh masing-masing kata yang sesuai dengan maknanya. Untuk memudahkan dan menghindari kesalahpahaman atau kekeliruan bagi pembaca dalam mengartikan maksud dari judul skripsi ini, maka pada sub bab ini penulis perlu menjelaskan dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari pemaknaan judul dan istilah yang digunakan, Skripsi ini berjudul **“PENGARUH FENOMENA *FLEXING* DAN FOMO TERHADAP SIKAP INVESTASI MAHASISWA DENGAN ASPEK *PRUDENTIAL* SEBAGAI VARIABEL MODERASI DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa di Bandar Lampung)”**. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan dan mempertegas pokok bahasan secara singkat istilah yang terkandung pada skripsi ini yaitu sebagai berikut :

1. **Pengaruh** adalah suatu tipe kekuasaan agar bertindak dengan cara tertentu, terdorong untuk bertindak demikian, sekalipun ancaman sanksi yang terbuka tidak merupakan motivasi yang mendorongnya.¹
2. **Fenomena** didefinisikan sebagai rangkaian peristiwa serta bentuk keadaan yang dapat diamati dan dinilai lewat kaca mata ilmiah atau lewat disiplin ilmu tertentu.²
3. ***Flexing*** merupakan salah satu fenomena yang terjadi di media sosial, berupa tindakan memamerkan kekayaan. Tujuan *Flexing* adalah untuk memperoleh pengakuan kemampuan finansial atau status.³

¹ Norman Bery, “Bab III Tinjauan Pustaka”, UIN SUSKA RIAU

² Muhammad Rizal , Syaribulan, Sitti Fatimah Tola, “Fenomena Calo Liar”, *Jurnal Sosiologi*, Vol.Iv Isu 1 (2018), 55.

³ Jawade Hafidz, “Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana”, *Jurnal Cakrawala Informasi*, Vol 2 Nomor 1 (2022), 11.

4. ***Fear Of Missing Out (FOMO)*** adalah perasaan tidak tenang atau tidak nyaman ketika tertinggal informasi terbaru yang terlebih dahulu diketahui oleh orang lain atau bahkan ketika orang lain mendapatkan sesuatu yang lebih baik. Fenomena FOMO ialah fenomena di mana seseorang merasa takut untuk tertinggal berita terbaru, takut merasa tidak update.⁴
5. **Sikap** merupakan suatu hal yang berkesinambungan dan mengarah pada suatu objek tertentu, artinya apabila tidak memiliki adanya sikap maupun reaksi kepada objek yang bisa dikatakan sebagai sikap. Menurut W.A. Gerungan, ada urusan yang harus diselesaikan dan dia diklaim punya objek. Selain menjadi penjelasan yang diinginkan atau tidak diinginkan, sikap juga dapat digunakan untuk menilai orang lain, kejadian, dan hal-hal. Sikap seseorang menyampaikan bagaimana perasaan mereka tentang sesuatu. Seseorang mengungkapkan sikapnya tentang suatu pekerjaan ketika mereka mengklaim bahwa mereka menyukai pekerjaan mereka.⁵ Sedangkan menurut Kotler, sikap adalah proses pengorganisasian motivasi, persepsi, emosi dan kepercayaan dalam hubungannya dengan lingkungan dalam jangka panjang.⁶
6. **Investasi** dapat didefinisikan sebagai komitmen dana saat ini atau sumber daya lainnya untuk mengantisipasi pengembalian di masa depan.⁷
7. ***Prudential*** diartikan kedalam bahasa inggris berarti “bijaksana”. Aspek *Prudential* disebut juga sebagai aspek kehati-hatian merupakan suatu cara perbankan untuk meningkatkan perlindungan dengan cara efisien, sehat dan wajar dalam persainagan yang sehat dan mengglobal guna menyalurkan dana masyarakat ke bidang yang produktif

⁴ Ellynda Kusuma Anggraeni, “Fear of Missing Out (FOMO) Ketakutan Kehilangan Momen”, Kementrian Keuangan Republik Indonesia (2021).

⁵ Rudy Irwansyah Hartini, Muhammad Ramaditya, Perilaku Organisasi (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 56-57.

⁶ Riadhani Salihah, “Determinants of CGPI Score,” *None* 6, no. 1 (n.d.): 67.

⁷ Eduardus Tandelilin, “Dasar-Dasar Manajemen Investasi” (Yogyakarta: BPFE,2010), 110.

guna perlindungan dana masyarakat.⁸

8. **Variabel Moderasi** juga dikenal sebagai variabel interaksi, mempengaruhi kekuatan atau arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Tidak seperti variabel mediasi yang menjelaskan mekanisme atau proses, variabel moderasi mempengaruhi hubungan antar variabel dalam kondisi tertentu.⁹
9. **Mahasiswa** adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar pada perguruan tinggi (Buku Pedoman Universitas Diponegoro Tahun 2004/2005, h. 94) Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 Tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pematapan pendirian hidup. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ialah seorang peserta didik berusia 18 sampai 25 Tahun yang terdaftar dan menjalani pendidikannya di perguruan tinggi baik dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas.¹⁰

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat ditegaskan bahwa makna dari judul penelitian ini secara operasional bahwa penulis menggunakan indikator atau variabel fenomena *Flexing* dan FOMO untuk melihat sikap investasi mahasiswa dengan menggunakan aspek *Prudential* sebagai variabel moderasi.

B. Latar Belakang Masalah

Di masa ini, investasi telah menjadi kegiatan yang diminati oleh berbagai kalangan mahasiswa. Munculnya berbagai macam instrumen investasi yang dapat diakses oleh berbagai kalangan, termasuk generasi muda, menunjukkan minat yang meningkat. Meskipun demikian, masih ada pandangan yang

⁸ Riadhani Salihah, "Determinants of CGPI Score," *None* 6, no. 1 (n.d.): 67.

⁹ Gilberto de Abreu, Variabel Moderat dalam Penelitian : Metodologi dan Aplikasi, (artikel mindthegraph.com), Senin 6 November 2023.

¹⁰ MI Hafidzudin, "Definisi Mahasiswa", (Skripsi, UM Surabaya Repository, 2019).
Bab II

menganggap investasi sebagai kegiatan yang sulit dan memerlukan modal tinggi, padahal investasi bisa dilakukan sedini mungkin tanpa membutuhkan modal yang tinggi. Perkembangan dunia teknologi dan informasi, seperti internet, telah mengubah dunia terutama dalam hal komunikasi jarak jauh, menjadikan dunia tanpa batas (*borderless*) yang membuat jarak bukan menjadi halangan untuk mendapatkan informasi dan komunikasi.

Generasi saat ini cenderung terjebak dalam gaya hidup glamor yang dipengaruhi oleh kecenderungan untuk berbelanja. Mereka cenderung menyukai hal-hal yang praktis dan sederhana, sehingga cenderung menggunakan investasi digital yang mudah diakses dari ponsel mereka. Akibatnya, mereka sering tertarik pada investasi dengan return tinggi dan bersedia mengambil risiko dalam keputusan keuangan jangka panjang. Namun, penting untuk diingat bahwa minat pada investasi berisiko tinggi dengan pengembalian tinggi tidak selalu berarti menerima risiko tinggi.

Dalam berinvestasi, diperlukan keputusan yang tepat dalam memilih produk investasi yang sesuai. Keputusan berinvestasi merupakan hasil akhir dari berbagai fase pemikiran dan pertimbangan. Oleh karena itu, informasi-informasi yang menjadi dasar untuk menentukan pilihan investasi sangat penting. Selain itu, pemahaman mengenai definisi investasi dan faktor-faktor yang memengaruhi investasi juga merupakan hal yang krusial dalam pengambilan keputusan investasi.¹¹

Di era sekarang ini banyak sekali muncul *influencer*, *vlogger*, *Tiktokers*, *Youtuber*, dan *figur endorser* lainnya yang mempertontonkan aksi pamer di media sosial masing-masing yang bisa disebut dengan *Flexing*. Hal yang dipamerkan seperti barang mewah, liburan di luar negeri, jet pribadi, ATM dan barang-barang mewah yang lain. Hal itu biasanya dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan posisi sosial dan status sosial,

¹¹ Tine Badriatin, Lucky Radi Rinandiyana, Wilman San Marino, "Persepsi Risiko dan Sikap Toleransi Risiko terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa", *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, volume 20 (2022) : 158-159.

menunjukkan pada kemampuannya dan untuk melahirkan kesan bagi orang lain. Perilaku ini banyak menyeruak di dunia maya atau media sosial menyusul fenomena *crazy rich*. Banyak warganet menyematkan, bahwa *Flexing* kerap dilakukan oleh orang kaya palsu yang suka memamerkan harta kekayaan di ruang publik. Bahkan saat ini sedang marak di dunia maya *Flexing* digunakan sebagai alat untuk investasi oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.¹²

Perilaku tersebut muncul di era post-truth, dimana fakta objektif memiliki pengaruh yang lebih kecil dalam membentuk opini publik. Fenomena ini, yang berakar dari bahasa milenial menunjukkan sebuah tren dimana seseorang memamerkan kemewahan mereka untuk menegaskan posisi sosial dan status sosial, sering kali dilakukan dengan tujuan mempengaruhi orang lain. Terlebih lagi *Flexing* kini digunakan sebagai alat investasi oleh beberapa individu yang tidak bertanggung jawab.¹³

Kata *Flexing* secara harfiah, dalam bahasa Inggris berarti “pamer”. Pengertian *Flexing* yang lebih spesifik dalam *Cambridge Dictionary* adalah menunjukkan sesuatu kepemilikan atau pencapaian dengan cara yang dianggap orang lain tidak menyenangkan. Pada Kamus Merriam Webster, arti *Flexing* adalah memamerkan sesuatu atau yang dimiliki secara mencolok. Dalam ilmu ekonomi, perilaku *Flexing* dipahami sebagai sikap konsumtif yang sangat terlihat atau mencolok, menghabiskan uang hanya untuk membeli barang-barang mewah dan layanan premium demi menunjukkan kemampuan finansial atau status. Hal ini diduga dapat mempengaruhi sikap investasi seseorang karena dapat memicu keinginan untuk menunjukkan kekayaan dan status sosial melalui inestasi yang dilakukan.

¹² M.Aditya Wijaya, “Pengaruh Fenomena *Flexing* Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek *Prudential* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Generasi Z Di Kota Bandar Lampung)”, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2023), hal.4-5.

¹³ Wahyudin Darmalaksana, “*Studi Flexing* dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial”, *Gunung Djati Conference Series*, Volume 8 (2022). Hal.413

Flexing ini pada dasarnya bertujuan untuk memperoleh kepercayaan orang lain kepada pelaku, sehingga orang lain menjadi tertarik pada pelaku, dan mengikuti apa yang dikatakan oleh pelaku. Tidak sedikit orang yang melakukan *Flexing* sebagai teknik marketing, dan tidak sedikit pula *Flexing* digunakan untuk “ajang” tipu-tipu.¹⁴ Mengingat *Flexing* dirasa tidak memenuhi nilai etis, maka timbul perbincangan dan kritik. Lebih dari itu, perilaku *Flexing* dinilai tidak selaras dengan moral dan etika Islam.¹⁵ *Flexing* jelas dilarang oleh agama islam karena termasuk perbuatan sombong dan riya’ (suka pamer). Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Quran dan Hadist sebagai berikut :

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

Artinya : “Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri”. (QS. Luqman:18).

Kemudian diriwayatkan dari Abdullah bin Mas’ud, Nabi SAW bersabda, “Tidak akan masuk surga seseorang yang di dalam hatinya terdapat kesombongan sebesar biji sawi.” Ada seseorang bertanya, “Bagaimana dengan orang yang suka memakai baju dan sandal yang bagus?” Beliau menjawab, “Sesungguhnya Allah itu indah dan menyukai keindahan. Sombong adalah menolak kebenaran dan meremehkan orang lain.”

Flexing saat ini digunakan sebagai alat marketing oleh beberapa pihak yang ingin meraih keuntungan yang besar. Contohnya terdapat beberapa influencer, atau afiliasi,

¹⁴ Jawade Hafidz, “Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana”, *Jurnal Cakrawala Informasi*, Vol 2 Nomor 1 (2022), hal.11.

¹⁵ Darmalaksana, “Studi *Flexing* dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial”, *Gunung Djati Conference Series*, Volume 8 (2022). Hal.413

mempromosikan investasi binary option. Karena mereka memiliki banyak pengikut dan klien di media sosial, binary option menggunakan influencer sebagai afiliasi. Potensi pasar yang ideal untuk menarik pelanggan dengan cepat adalah jumlah pengikut (followers) dan pelanggan (subscriber). Misalnya, Penangkapan Indra Kenz, dilakukan Bareskrim Polri pada akhir Februari 2022 atas dasar laporan dari pihak-pihak yang menjadi korban sejumlah penipuan investasi setelah mempromosikan asetnya di berbagai platform media sosial. Selain itu, enam orang tambahan ditetapkan sebagai tersangka dalam kasus yang sama. Sebagai mitra Binomo, Indra Kesuma yang lebih dikenal dengan nama panggung Indra Kenz memiliki subscriber YouTube sebanyak 1,32 juta dan followers Instagram sebanyak 1,6 juta. Bahkan jumlah korban terus meningkat pada kasus-kasus selanjutnya. Tidak dapat diketahui dengan pasti apakah para korban penipuan investasi akan mendapatkan kembali dana yang telah disalahgunakan karena pengalaman sebelumnya dalam kasus serupa dengan kasus ini.¹⁶

Selain itu, terdapat kasus lain yang melibatkan seorang influencer, Doni Muhamad Taufik atau lebih dikenal dengan Doni Salmanan yang terjadi pada 2022, anak perusahaan Quotex dengan subscriber YouTube sebanyak 1,32 juta dan followers Instagram sebanyak 1,6 juta.¹⁷ Afiliasi membuat "vlog" dengan berbagai cara untuk memikat pelanggan. Penghasilan afiliasi berasal dari 70-80% dari total kerugian trader, dengan pengecualian cost per acquisition (CPA), dan 20-30% sisanya dibayarkan ke operator opsi biner seperti Binomo, Quotex, OlympTrade, Binarycent, dan Pocket Option.¹⁸ Dalam kasus Indra Kenz, Jaksa Penuntut Umum (JPU) mengungkapkan ada 144 korban dan total kerugian Rp83 miliar, seperti dilansir Detik.com. Terkait jumlah kerugian yang dilaporkan Tempo.co dalam kasus Doni Salmanan, JPU mencatat ada 142 orang yang terlibat dalam kasus penipuan

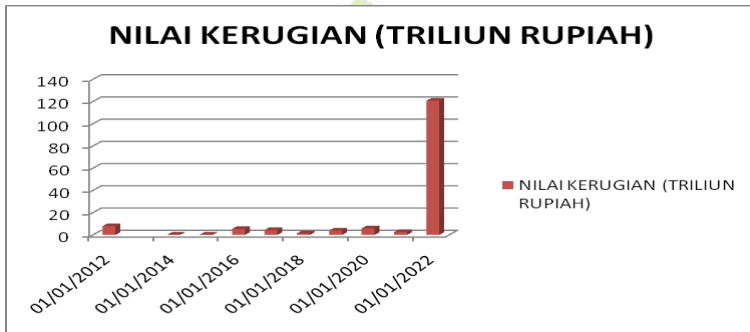
¹⁶ Ibid.838-839

¹⁷ Rohmini Indah Lestari and Zaenal Arifin, "Godaan Praktik Binary Option Berkedok Investasi Dan Trading," *Jurnal Ius Constituendum* 7, no. 1 (2022): 19–31.

¹⁸ Lestari and Arifin.

terkait investasi dengan total kerugian korban Rp. 24.366.695.782.¹⁹

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan, kerugian akibat dari maraknya penipuan berkedok investasi (investasi bodong) mencapai Rp139 triliun yang telah diakumulasi sejak Tahun 2017 hingga 2023. Hal tersebut disampaikan oleh Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal, Keuangan Derivatif, dan Bursa Karbon OJK, Inarno Djajadi dalam program Literasi Keuangan Indonesia Terdepan-LIKE IT di Pontianak, 29 Agustus 2023. “Dalam catatan saya itu penipuan berkedok investasi itu mencapai Rp139 triliun dan tentunya angka itu sangat banyak sekali,” ucap Inarno.²⁰



Gambar 1
Nilai Kerugian Masyarakat Akibat Investasi Ilegal (2012-2022)

Data diatas merupakan diagram total kerugian masyarakat akibat investasi ilegal di Indonesia mulai Tahun 2012 hingga 2022. Pada akhir Tahun 2012 total kerugian mencapai Rp.7,92 triliun, akhir Tahun 2014 sebesar Rp.0,24 triliun, di akhir Tahun 2015 sebesar Rp.0,29 triliun, lalu pada akhir Tahun 2016

¹⁹Tempo.co, “Doni Salmanan Didakwa Jaksa Rugikan Rp 24 Miliar Dari Penipuan Investasi,”<https://nasional.tempo.co/read/1619168/donisalmanandidakwa-jaksa-rugikan-rp24-miliar-dari-penipuan>, diakses pada 25 Desember 2023.

²⁰ Infobanknews.com, “Kerugian Akibat Investasi Bodong Setara Untuk Bangun 12.600 Sekolah Hingga 1.260 km Jalan Tol,”<https://infobanknews.com/kerugian-akibat-investasi-bodong-setara-untuk-bangun-12-600-sekolah-hingga-1-260-km-jalan-tol>. , diakses pada 25 Desember 2023.

mencapai Rp.5,4 triliun, pada akhir Tahun 2017 sedikit menurun yakni sebesar Rp.4,4 triliun, kemudian di akhir Tahun 2018 sebesar Rp.1,4 triliun, pada akhir 2019 mencapai Rp.4 triliun, akhir Tahun 2020 sebesar Rp.5,9 triliun, dan pada akhir Tahun 2021 mencapai Rp.2,54 triliun. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) akumulasi total kerugian dari Tahun 2012 hingga 2022 mencapai Rp.120,79 triliun, nilai tersebut didapat sebelum diakumulasi dengan total kerugian di Tahun 2023. Jumlah kerugian investasi ilegal melonjak dari Tahun sebelum-sebelumnya.²¹

Tercatat, kerugian masyarakat akibat investasi ilegal paling tinggi pada 2022, sedangkan terendah pada 201 yaitu sebesar Rp.235 miliar. Adapun menurut OJK, ciri utama penipuan berkedok investasi adalah tidak dimilikinya dokumen perizinan yang sah dari regulator (pengawas) seperti OJK, Bank Indonesia, Bappeti-Kementerian Perdagangan, Kementerian Koperasi dan UKM, dan lainnya.²²

Literasi digital Indonesia sudah maju, namun kemampuan literasi keuangan Indonesia masih tertinggal jauh dari negara lain. Indonesia memiliki indeks literasi keuangan hanya 49,68% dan indeks inklusi keuangan 85,10%, menurut data OJK Tahun 2023. Angka ini jauh lebih rendah dari inklusi keuangan negara Singapura 97,55%, Malaysia 88,37%, dan Thailand 95,58%. Selain itu, dunia terjebak dalam situasi perlindungan, kompleksitas dan ambiguitas saat ini.²³

²¹ Databoks.katadata.co.id, “Kerugian Investasi Ilegal RI Capai Rp.120,79 Triliun, Rekor Tertinggi Sedekade, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/30/kerugian-investasi-ilegal-ri-capai-rp12079-triliun-rekor-tertinggi-sedekade>, diakses pada 25 Desember 2023

²² Databoks.katadata.co.id, “Kerugian Investasi Ilegal RI Capai Rp.120,79 Triliun, Rekor Tertinggi Sedekade, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/30/kerugian-investasi-ilegal-ri-capai-rp12079-triliun-rekor-tertinggi-sedekade>, diakses pada 25 Desember 2023

²³ Cnbcindonesia.com, “Sri Mulyani : Inklusi Keuangan di Asean masih sangat timpang”, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230329120544-4-435436/sri-mulyani-inklusi-keuangan-di-asean-masih-sangat-timpang>, diakses pada 6 November 2023



Gambar 2
Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022

Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang atau mahasiswa untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Ada tiga poin utama yang ditekankan dalam literasi keuangan yaitu pengetahuan, keterampilan, serta intuisi dalam hal keuangan. Ketika literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa baik, maka pengetahuan mereka tentang keuangan, keterampilan mereka dalam mengelola keuangan berdasarkan pengetahuan keuangan yang dimiliki, serta keyakinan mereka terhadap lembaga jasa keuangan bisa dikatakan baik. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik juga cenderung memiliki konsep investasi yang baik dalam jangka panjang.²⁴

Di era digital seperti saat ini, hampir setiap orang memiliki smartphone dan media sosial, termasuk mahasiswa. Berdasarkan data Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek), jumlah mahasiswa di Indonesia sebanyak 9,32 juta orang pada 2022. Jumlah itu naik 4,02% dibandingkan pada Tahun sebelumnya sebanyak 8,96 juta orang. Melihat banyaknya jumlah mahasiswa di Indonesia dapat mengakibatkan perubahan kebiasaan cara berkomunikasi.

²⁴ Aryo Prakoso, "Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM se-Eks Karesidenan Besuki", *Valid Jurnal Ilmiah* Vol.17 No.2 (2020), hal.153-154

Dengan perkembangan digital yang sangat pesat di Indonesia diketahui perkembangan literasi digital Indonesia pada 2022 berada di level 3,54 poin dari skala 1-5. Ini artinya, secara umum tingkat literasi digital masyarakat Indonesia berada di level "sedang". Indeks tersebut naik 0,05 poin dibanding 2021 yang masih berada di level 3,49.²⁵

Selanjutnya *Fear Of Missing Out* (FOMO) merupakan suatu bentuk kecemasan terhadap adanya peristiwa menarik yang terjadi di tempat lain, kecemasan yang terjadi ini terstimulasi oleh hal-hal yang ditulis di dalam media sosial. FOMO pada penelitian ini dikorelasikan dengan kecenderungan seseorang untuk melakukan investasi. Peneliti ingin melihat apakah para investor melakukan investasi karena kekhawatiran tertinggal momen trend investasi yang muncul atau karena kesadaran dari dalam diri untuk melakukan investasi.²⁶

Saat ini ada begitu banyak hal yang mampu memengaruhi keputusan ketika seseorang akan berinvestasi. Media sosial dan surat kabar yang memberitakan berkaitan dengan suatu instrumen investasi dapat menjadi sumber pertimbangan seseorang berinvestasi. Kamus Oxford menjelaskan pengertian tentang *Fear Of Missing Out* (FOMO) merupakan suatu bentuk kecemasan terhadap adanya peristiwa menarik yang terjadi di tempat lain. Kecemasan yang terjadi ini terstimulasi oleh hal-hal yang ditulis di dalam media sosial seseorang.²⁷

Fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) dapat membuat generasi muda atau terkhusus mahasiswa melakukan perilaku herding yaitu terlalu cepat untuk membuat keputusan investasi berdasarkan investor lain tanpa analisis yang tepat. Karena rasa tidak ingin tertinggal zaman dan tidak ingin ketinggalan trend

²⁵ Mulawarman Mulawarman and Aldila Dyas Nurfitri, "Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan," *Buletin Psikologi* 25, no. 1 (2017), 36

²⁶ Afif Hadi Susanto, "Pengaruh *FOMO*, *Technical Analysis Knowledge* dan *Fundamental Analysis Knowledge* Terhadap Keputusan Investasi Dengan *Financial Behavior* Sebagai Pemoderasi" (Tesis, STIE YKPNY, 2023), Hal.5

²⁷ Afif Hadi Susanto, "Pengaruh *FOMO*, *Technical Analysis Knowledge* dan *Fundamental Analysis Knowledge* Terhadap Keputusan Investasi Dengan *Financial Behavior* Sebagai Pemoderasi" (Tesis, STIE YKPNY, 2023), Hal.5

maka sikap ini bisa jadi mempengaruhi keputusan investasi mahasiswa. Pada dasarnya, investasi itu lebih baik dilakukan dengan kesadaran dari dalam diri sendiri bukan hanya ingin mengikuti trend, karna FOMO sudah dijelaskan didalam Al-Qu'an surah Al-Baqarah ayat 155 :

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ
وَالثَّمَرَاتِ ۗ وَشِئْرَ الْصَّابِرِينَ ﴿١٥٥﴾

Artinya : “Dan sungguh kami akan berikan cobaan kepadamu dengan sedikit ketakutan kelaparan kekurangan harta jiwa dan buah-buahan dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar”. (QS.Al-Baqarah:155).

Berdasarkan kasus-kasus yang telah terjadi, maka dari itu diperlukan sikap kehati-hatian mahasiswa terhadap investasi yang dapat merugikan individu. Maka dari itu, aspek *Prudential* sangat diperlukan oleh mahasiswa untuk tidak terjat ke dalam investasi yang merugikan tersebut. Pedoman yang berguna untuk mengelola bank yang memenuhi peraturan perundang-undangan secara sehat, kuat dan efektif adalah aspek kehati-hatian atau prinsip kehati-hatian.²⁸ Menurut Black, istilah *Prudential* diartikan sebagai "Bijaksana dalam menyesuaikan sarana untuk tujuan hati-hati dalam menetapkan tindakan secara substansial bijaksana, rasional, hati-hati, rasional dalam mendefinisikan kelalaian ini adalah target dan praktis identik dengan hati-hati".²⁹

Aspek *Prudential* secara umum diperbolehkan, hal ini berdasarkan Al-Quran surat Al-Maidah: 49

²⁸ Defzi Onsyaputra, Muljono Slamet, and Susetyanto Joko, “Penerapan Prinsip Kehati-Hatian (Prudential Principle) Dalam Pembiayaan Nasabah Pada Bank Bri Syariah Bengkulu” (Universitas Bengkulu, n.d.).

²⁹ Toto Dendhana, “Penerapan *Prudential Banking Principle* Dalam Upaya Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Penyimpan Dana,” *Lex et Societatis* 1, no. 1 (2013).

وَأَنِ احْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ وَاحْذَرْهُمْ أَنْ يَفْتِنُوكَ عَنْ بَعْضِ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ إِلَيْكَ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَاعْلَمْنَا أَنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُصِيبَهُمْ بِبَعْضِ ذُنُوبِهِمْ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ النَّاسِ لَفَاسِقُونَ ﴿٤٩﴾

Artinya : “Dan hendaklah engkau memutuskan perkara di antara mereka menurut apa yang diturunkan Allah, dan janganlah engkau mengikuti keinginan mereka. Dan waspadalah terhadap mereka, jangan sampai mereka memperdayakan engkau terhadap sebagian apa yang telah diturunkan Allah kepadamu. Jika mereka berpaling (dari hukum yang telah diturunkan Allah), maka ketahuilah bahwa sesungguhnya Allah berkehendak menimpakan musibah kepada mereka disebabkan sebagian dosadosa mereka. Dan sungguh, kebanyakan manusia adalah orang-orang yang fasik.”(QS.Al-Maidah :49).

Bandar Lampung adalah kota dengan 38 triliun dalam investasi asing dan 424 triliun dalam investasi dalam negeri pada Tahun 2022, menurut Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). Menurut website lampungprov.go.id, Provinsi Lampung merupakan salah satu dari tujuh destinasi investasi nasional. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui sikap investasi mahasiswa, khususnya mahasiswa di Kota Bandar Lampung, menyusul fenomena *Flexing* figur endorser dan fenomena FOMO yang hingga kini masih terjadi.

Aspek *Prudential* sangat dibutuhkan oleh mahasiswa saat ini terutama di Kota Bandar Lampung untuk terhindar dari bahayanya fenomena *Flexing* dan FOMO dalam investasi ilegal yang sedang merebak pada saat ini. Oleh karena itu, aspek *Prudential* digunakan sebagai variabel moderasi yang dapat membuat pengaruh lebih kuat atau lebih lemah antara fenomena *Flexing* dan FOMO dengan sikap investasi mahasiswa karena telah terdapat kesenjangan hasil penelitian (inkonsistensi hasil). Aspek *Prudential* atau aspek kehati-hatian juga diperlukan

mahasiswa agar tidak terjerumus pada kasus-kasus yang sudah terjadi diatas.

Berdasarkan hasil pra survei yang peneliti lakukan, sikap investasi mahasiswa cenderung dipengaruhi oleh gaya hidup influencer yang memamerkan kekayaan di media sosial dan cenderung terpengaruh oleh tren yang ada di media sosial. Literasi keuangan mahasiswa masih terbilang sedang dibuktikan dengan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menunjukkan data literasi keuangan Indonesia masih tertinggal jauh dari negara-negara lain. Maka dari itu diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai variabel fenomena *Flexing* dan FOMO apakah berpengaruh terhadap sikap investasi mahasiswa dengan aspek *Prudential* sebagai pemoderasi.

Mengkaji penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ketut Putu Oki Murjana dan Ni Kadek Sinarwati (2022) ditemukan bahwa “mahasiswa menganggap efek *Flexing* menjadi substansial dan sejalan dengan harapan mereka. Persepsi mahasiswa terhadap *Flexing* berpengaruh signifikan terhadap minat investasi” dan penelitian yang dilakukan oleh M.Adiya Wijaya (2023) ditemukan bahwa “fenomena *Flexing* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap investasi dan pada variabel *Flexing* tidak berpengaruh terhadap sikap investasi dengan aspek *Prudential* sebagai variabel moderasi”.

Selanjutnya, mengkaji penelitian yang telah dilakukan oleh Afif Hadi Susanto (2023) ditemukan bahwa “penelitian ini gagal mendukung efek FOMO terhadap keputusan investasi” dan penelitian yang dilakukan oleh Zaitin Humaira (2022) ditemukan bahwa “terdapat hubungan yang signifikan antara pengendalian diri dan takut ketinggalan”.

Melihat penjelasan diatas, terdapat inkonsistensi hasil penelitian, maka diperlukan variabel yang digunakan untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel X dan Y. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam dengan membuat penelitian dengan judul **“PENGARUH FENOMENA FLEXING dan FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP SIKAP INVESTASI MAHASISWA DENGAN ASPEK PRUDENTIAL SEBAGAI VARIABEL**

MODERASI DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Mahasiswa di Bandar Lampung)”.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka muncul permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Berdasarkan data literasi keuangan Indonesia dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia masih tertinggal jauh dari negara-negara lain, hal itu menyebabkan kurangnya pemahaman yang baik mengenai kegiatan finansial seperti investasi di kalangan mahasiswa. Karena kurangnya literasi keuangan, mahasiswa cenderung mengambil keputusan investasi tanpa pertimbangan yang baik.
2. Dari hasil pra survei menunjukkan fenomena *Flexing* di media sosial kemungkinan akan mempengaruhi sikap investasi mahasiswa, karena tergiur dengan kehidupan pelaku *Flexing* yang menunjukkan kehidupan yang sukses dan kaya raya.
3. Khawatir tertinggal tren atau cemas terhadap kehidupan orang lain yang lebih baik juga dapat mempengaruhi keputusan investasi mahasiswa. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa mahasiswa menunjukkan bahwa mereka cenderung mengikuti apa yang sedang tren atau mengikuti apa yang teman-temannya lakukan, seperti kegiatan investasi.

Agar penelitian ini dapat menghasilkan penelitian yang baik, peneliti menggunakan batasan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dibatasi pada mahasiswa yang berada di kota Bandar sehingga tidak dapat digeneralisasikan kepada semua mahasiswa di Indonesia.
2. Penelitian ini hanya dibatasi pada fenomena *Flexing* dan FOMO yang terdapat di media sosial saja, sehingga tidak menyeluruh pada fenomena *Flexing* dan FOMO yang ada.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah fenomena *Flexing* berpengaruh terhadap sikap investasi mahasiswa ?
2. Apakah fenomena FOMO berpengaruh terhadap sikap investasi mahasiswa ?
3. Apakah fenomena *Flexing* berpengaruh terhadap sikap investasi mahasiswa dengan aspek *Prudential* sebagai variabel moderasi?
4. Apakah fenomena *Flexing* berpengaruh terhadap sikap investasi mahasiswa dengan aspek *Prudential* sebagai variabel moderasi?
5. Apa implikasi dari pandangan islam terhadap fenomena *flexing* dan FOMO terhadap sikap investasi mahasiswa?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh fenomena *Flexing* terhadap sikap investasi mahasiswa.
2. Untuk menguji pengaruh fenomena FOMO terhadap sikap investasi mahasiswa.
3. Untuk menguji pengaruh fenomena *Flexing* terhadap sikap investasi mahasiswa dengan aspek *Prudential* sebagai variabel moderasi.
4. Untuk menguji pengaruh fenomena FOMO terhadap sikap investasi mahasiswa dengan aspek *Prudential* sebagai variabel moderasi.
5. Untuk mengetahui implikasi dari pandangan islam terhadap fenomena *flexing* dan FOMO terhadap sikap investasi mahasiswa.

F. Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

- a. Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai pengaruh fenomena *Flexing* dan FOMO terhadap sikap investasi mahasiswa dengan aspek *Prudential* sebagai

variabel moderasi ditinjau dalam perspektif ekonomi islam khususnya bagi mahasiswa di kota Bandar Lampung.

- b. Pengaruh fenomena *Flexing* dan FOMO tersebut terhadap pola pikir investasi mahasiswa dapat dijadikan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi Akademik

Semoga dapat memberikan sumbangan literatur mengenai variabel fenomena *Flexing*, fenomena FOMO, sikap investasi mahasiswa, dan aspek *Prudential*.

- b. Bagi Peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna bagi mahasiswa sebagai bahan pertimbangan dan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang perbankan syariah khususnya mengenai pengaruh fenomena *Flexing* dan FOMO terhadap keputusan investasi.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Peneliti telah memilih beberapa judul penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dan dapat mendukung penelitian ini dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang ada pada masing-masing penelitian tersebut pada tabel 1.1.

Tabel 1.1

Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

X1 (Fenomena *Flexing*)

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil	
			Signifikan	Tidak Signifikan
1.	Ketut Putu Oki Murjana dan Ni Kadek Sinarwati (2022)	Persepsi Mahasiswa tentang <i>Flexing</i> dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi persepsi mahasiswa terhadap <i>Flexing</i>	

		Investasi	<p>serta keputusan terhadap investasi yang dalam hal ini dilakukan pada mahasiswa tentang <i>Flexing</i>. Analisis dilanjutkan dengan mengukur pengaruh persepsi mahasiswa terhadap <i>Flexing</i> serta minat berinvestasi aset digital. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh <i>Flexing</i> dirasakan kuat dan sesuai dengan harapan siswa. Persepsi mahasiswa terhadap <i>Flexing</i> berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi.³⁰</p>	
--	--	-----------	---	--

³⁰ Ketut Putu Oki Murjana dan Ni Kadek Sinarwati, "Persepsi Mahasiswa Tentang *Flexing* Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi," *Jurnal Akuntansi Profesi* 13, no. 3 (2022), 837.

2.	M.Aditya Wijaya (2023)	<p>Pengaruh Fenomena <i>Flexing</i> Terhadap Sikap Investasi Masyarakat dengan Aspek <i>Prudential</i> Sebagai Variabel Moderasi</p>	<p>Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk melihat pengaruh fenomena <i>Flexing</i> terhadap sikap investasi masyarakat dengan dimoderasi oleh aspek <i>Prudential</i>. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan oleh peneliti, memperoleh kesimpulan pada hipotesis pertama bahwa fenomena <i>Flexing</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap investasi. Sedangkan, berdasarkan hasil uji t pada hipotesis kedua yang telah dilakukan oleh peneliti, pada variabel <i>Flexing</i> tidak berpengaruh terhadap sikap investasi dengan aspek <i>Prudential</i></p>
----	------------------------	--	---

			<p>sebagai variabel moderasi. Dengan demikian, aspek <i>Prudential</i> mampu memperlemah pengaruh fenomena <i>Flexing</i> terhadap sikap investasi masyarakat.³¹</p>	
3.	Rohmini Indah dan Zaenal Arif. (2022)	Godaan Praktik Binary Option Berkedok Investasi Dan Trading	<p>Penelitian ini bertujuan untuk melihat keberadaan praktik <i>operator binary option</i> yang dianggap ilegal di Indonesia, penelitian ini juga menggunakan metode pendekatan yuridis normatif. Hasil penelitian ini menghasilkan bahwa <i>binary options</i> bukanlah instrumen investasi atau trading. Rendahnya literasi</p>	

³¹ M.Aditya Wijaya, skripsi: Pengaruh *Fenomena Flexing Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi* , (Studi Pada Generasi Z Di Kota Bandar Lampung), (Bandar Lapung, UIN Raden Intan, 2023), hal.4-5.

			<p>keuangan digital di Indonesia membuat masyarakat tergiur dengan daya pikat return yang tinggi. Mereka tidak dapat membedakan antara investasi, perdagangan, dan <i>binary options</i>. Studi ini juga menunjukkan bahwa metode pemasaran afiliasi digunakan untuk memenangkan hati pemegang opsi. Strategi <i>framing</i> and <i>Flexing</i> berhasil menarik minat mereka dalam kondisi tingkat literasi keuangan digital di Indonesia yang terbilang masih rendah.³²</p>	
4.	Alisha Diandra Adjiwibowo, Azkia Zulfah Fauziah,	Fenomena <i>Flexing</i> dan FOMO di Instagram: Persepsi Generasi Z	Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tiga akun di Instagram terhadap	

³²Lestari and Arifin, “Godaan Praktik Binary Option Berkedok Investasi DanTrading.”

	Fatya Nurnayla, Haura Sabitta Zikra Loen, Jasmine Alifa Humaira (2023)	terhadap Akun Instagram @siscakohl, @zhafiraiha, dan @jeromepolin	kecenderungan perilaku <i>Flexing</i> maupun FOMO pada akun-akun tersebut, dan melihat kemungkinan pengaruh yang akan terjadi terhadap generasi Z sebagai pengikut yang mendominasi tiga akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga akun tersebut memiliki kecenderungan terhadap perilaku <i>Flexing</i> dan FOMO yang memiliki kemungkinan akan mempengaruhi generasi Z. ³³	
5.	Jawade Hafiz (2022)	Fenomena <i>Flexing</i> di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana	Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, dengan spesifikasi penelitian bersifat	

³³ Alisha Diandra Adjiwibowo, Azkia Zulfah Fauziah, Fatya Nurnayla, Haura Sabitta Zikra Loen, Jasmine Alifa Humaira, "Fenomena *Flexing* dan FOMO di Instagram: Persepsi Generasi Z terhadap Akun Instagram @siscakohl, @zhafiraiha, dan @jeromepolin", *Jurnal Interaksi Sosiologi*, vol 2 (2023).

			<p>deskriptif analitis. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan, yang kemudian dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena <i>Flexing</i> dalam media sosial dapat berujung pada penindakan hukum (dalam hal ini hukum pidana), bilamana disalahgunakan sebagai sarana – atau modus – dalam melakukan tindak pidana, seperti pada kasus aplikasi binary option Binomo dan Quotex. <i>Flexing</i> sebagai modus tindak pidana penipuan dilakukan untuk menjerat followers atau konsumen dengan umpan menggunakan</p>	
--	--	--	---	--

			kekayaan. <i>Flexing</i> yang dilakukan secara sengaja sebagai sarana untuk melakukan tindak pidana penipuan, sebagaimana halnya pada kasus Binomo dan binary option lainnya telah memenuhi unsur-unsur tindak pidana. Tidak hanya tindak pidana penipuan investasi, tetapi juga penyebaran berita bohong (hoax) serta tindak pidana pencucian uang. ³⁴	
6.	Ales Okta Pratama, Kristianse n Purba, Jiwal di Jamhur, Pamungk asBayu Tri Prasetyo (2020)	Pengaruh Faktor Perilaku Investor Saham Terhadap Keputusan Investasi di Bursa Efek Indonesia		Penelitian ini dilakukan untuk melihat dan mempelajari faktor faktor perilaku investor yang dapat mempengaruhi keputusan investasi seseorang

³⁴ Jawade Hafidz, "Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana", *Jurnal Cakrawala Informasi*, Vol 2 Nomor 1 (2022), 11.

				<p>dalam bentuk saham di Bursa Efek Indonesia. Analisa penelitian menggunakan analisa kuantitatif dan berlandaskan teori-teori perilaku keuangan yang terdiri dari perilaku sentimen investor, perilaku terlalu percaya diri, perilaku reaksi over/under, perilaku herd dan persepsi risiko. Dari hasil penelitian diperoleh hasil bahwa keputusan investasi dari seorang investor dipasar saham sangat dipengaruhi oleh perilaku-perilaku yang diteliti diatas kecuali perilaku terlalu percaya diri yang tidak terlalu</p>
--	--	--	--	--

				berpengaruh terhadap keputusan investasi. ³⁵
7.	Syifa Aulia Mahadevi, Nadia Asandimitra (2021)	Pengaruh Status Quo, Herding Behaviour, Representativeness Bias, Mental Accounting, Serta Regret Aversion Bias Terhadap Keputusan Investasi Investor Milenial Di Kota Surabaya		Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak bias status quo, perilaku herding (menggiring), representasi, dan mental akuntansi terhadap keputusan investasi investor milenial di surabaya. Penelitian ini berfokus pada investor milenial yang terdaftar di indonesia pusat penyimpanan efek (ksei) dan perusahaan sekuritas di surabaya. Temuannya menunjukkan bahwa variabel status

³⁵ Ales Okta Pratama, Kristiansen Purba, Jiwaldi Jamhur, PamungkasBayu Tri Prasetyo, "Pengaruh Faktor Perilaku Investor Saham Terhadap Keputusan Investasi di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Volume 7, No. 2 Oktober 2020. 170.

				<p>keengganan quo dan penyesalan secara signifikan membiaskan keputusan investasi, sedangkan perilaku menggiring, keterwakilan, dan mental akuntansi tidak mempengaruhi keputusan investasi. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu berbagai pihak, khususnya investor milenial, lebih memperhatikan bias mereka dan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi.³⁶</p>
8.	Hanifah, Nur	Pengaruh Faktor		Penelitian ini bertujuan

³⁶ Syifa Aulia Mahadevi, Nadia Asandimitra, "Pengaruh Status Quo, Herding Behaviour, Representativeness Bias, Mental Accounting, Serta Regret Aversion Bias Terhadap Keputusan Investasi Investor Milenial Di Kota Surabaya", *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 9 Nomor 2, 2021. 779

	<p>Hidayah, Pranita Siska Utami (2022)</p>	<p>Demografi, Family Effect dan Risk Perception terhadap Keputusan Investasi</p>	<p>untuk menguji apakah pengaruh faktor demografi mencakup jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, family effect saat pasar modal uptrend, family effect saat pasar modal downtrend dan risk perception terhadap keputusan investasi. Penelitian ini menggunakan sampel pada masyarakat Kabupaten Magelang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risk perception berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Sedangkan jenis kelamin, usia, pekerjaan,</p>
--	--	--	--

				pendidikan, family effect saat pasar modal uptrend, family effect saat pasar modal downtrend tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. ³⁷
9.	Patriani W. Dewanti, M.Acc.Dr. Denies Priantinah, M.Si.,Ak., Wahyu Astri K., M.Acc., Ak. Taufiqur Riza Subthy Abdullah Abdurahman Hasan (2018)	Mental Accounting Dalam Proses Pengambilan Keputusan Investasi		Akuntansi Mental dalam Pengambilan Keputusan Investasi. Portofolio layering dan akuntansi mental sangat penting untuk mendukung investasi pengambilan keputusan. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah investor dalam penelitian ini membangun portofolionya secara lapis

³⁷ Hanifah, Nur Hidayah, Pranita Siska Utami, "Pengaruh Faktor Demografi, Family Effect dan Risk Perception terhadap Keputusan Investasi", *Borobudur Management Review*, Vol. 2, No. 2, 2022). 147. DOI: 10.31603/bmar.v2i2.7531

				<p>demi lapis bentuk seperti yang dijelaskan oleh Shefrin dan Statman (2000). Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none">1) responden mempertimbangkan layering dalam portofolio mereka.2) mereka menganalisis portofolio mereka berdasarkan pada portofolio layering;3) investor dalam penelitian ini telah memenuhi seluruhnya lapisan teori portofolio perilaku;4) mereka belum menganggap segmen dalam investasi sebagai satu kesatuan unit;5) secara bersamaan variabel
--	--	--	--	---

				demografi responden (usia, pendidikan, pendapatan per tahun, total kekayaan, dan kekayaan finansial) tidak berpengaruh pada akuntansi mental; 6) responden survei ini lebih memilih untuk memilih pengembalian investasi mereka. ³⁸
10	Hendy Tannady, Darwin Damanik, Arniwita Sy, Iqra Wiarta, Tanti Widia Nurdiani, Retnoning Ambarwati, Joseph M.J. Renwarin, Yohanes Totok Suyoto (2022)	Peran Literasi Keuangan dan Karakteristik Kepribadian Terhadap Keputusan Investasi Gen-Z di Provinsi DKI Jakarta dengan Persepsi Risiko Sebagai Variabel Intervening		Penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh literasi keuangan dan karakteristik kepribadian terhadap persepsi risiko dan dampaknya pada keputusan investasi generasi Z di Jakarta. Kesimpulan dari hasil uji hipotesis (uji t)

³⁸ Patriani W. Dewanti, M.Acc.dkk, "Mental Accounting Dalam Proses Pengambilan Keputusan Investasi", *Jurnal Akuntansi* Vol. 6 No. 1 Juni 2018:75.

				<p>bahwa literasi keuangan, conscientiousness, dan neuroticism berpengaruh terhadap persepsi risiko Gen-Z di Jakarta. Openness, agreeableness, dan extraversion tidak berpengaruh terhadap persepsi risiko. Selanjutnya, literasi keuangan, openness to new experience, extraversion, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi Gen-Z di Jakarta. Sedangkan conscientiousness, agreeableness, dan neuroticism tidak berpengaruh terhadap keputusan</p>
--	--	--	--	---

				investasi. ³⁹
--	--	--	--	--------------------------

X2 (Fenomena FOMO)

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil	
			Signifikan	Tidak Signifikan
1.	Gabriella Lioera Yulius Kurnia Susanto Dicky Supriatna (2022)	Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal	Tujuan penelitian ini adalah menyelidiki apakah expected return, self efficacy, perceived risk, subjective norms, perceived behavior control, dan investment attitude (sikap investor) memiliki pengaruh terhadap minat investasi seseorang, khususnya mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa expected return, self efficacy, perceive risk, subjective norms, dan	

³⁹ Hendy Tannady, dkk, "Peran Literasi Keuangan dan Karakteristik Kepribadian Terhadap Keputusan Investasi Gen-Z di Provinsi DKI Jakarta dengan Persespi Risiko Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Kewarganegaraan* Vol. 6 No. 3 Oktober 2022. 4808.

			investment attitude memiliki pengaruh terhadap minat investasi. ⁴⁰	
2.	Fajar Prasetyo Aji, Susi Astuti (2023)	Pengaruh Analisis Teknikal, Aspek Psikologi dan Money Management Terhadap Keputusan Investasi	Berinvestasi sudah menjadi kata yang tidak asing dan sudah menjadi hal yang umum yang dilakukan masyarakat dunia khususnya Indonesia. kecemasan akibat fear out of missing (FOMO) menyebabkan seseorang tidak bisa membedakan pilihan logis dan pilihan yang dipengaruhi pilihan orang lain. terdapat dua analisis yaitu analisis fundamental dan teknikal, money management	

⁴⁰ Gabriella Lioera, Yulius Kurnia, Susanto Dicky Supriatna, "Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal", *Media Bisnis* Vol. 14, No. 2, September 2022. 179-188, <https://doi.org/10.34208/mb.v14i2.1665>

			<p>dalam transaksi investasi digunakan untuk meminimalisir kerugian. Objek keputusan investasi, analisis teknikal dan perilaku investor. Hasil penelitian ini disimpulkan variabel analisis taknikal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi di pasar modal, variabel psikologi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi di pasar modal, variabel money management berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan</p>	
--	--	--	--	--

			investasi di pasar modal. ⁴¹	
3.	Cherina Pancha Resyitaa, Rahmawati Khoiriyah (2023)	Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi	Banyak orang seperti influencer yang mendorong investasi sehingga membuat mahasiswa dan generasi milenial tertarik dengan investasi. Pengaruh digitalisasi dalam keputusan investasi bisa terjadi karena <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO), karena hal ini mampu membuat orang terjebak atau mengikuti gaya orang lain yang mengakibatkan mampu membuat kesalahan dalam pengambilan keputusan dan cenderung tidak mampu	

⁴¹ Fajar Prasetyo Aji, Susi Astuti, "Pengaruh Analisis Teknikal, Aspek Psikologi dan Money Management Terhadap Keputusan Investasi", *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 11 No. 1, (2023).

			<p>memanajemen keuangan dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 sampel. Analisis data dilakukan dalam analisis regresi linier berganda yang didukung oleh program IBM Statistic SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.⁴²</p>	
4.	Indrianti Yuliani ES,	Determinan keputusan investasi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui	

⁴² Cherina Pancha Resyitaa, Rahmawati Khoiriyah, "Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi", *Journal of Economics and Business Research* Vol. 2, No. 2 (2023),hal.204-213

	<p>Supami Wahyu Setiyowati, Mochamad Fariz Irianto (2023)</p>	<p>dengan moderasi financial attitude pada IAI Muda Jawa Timur</p>	<p>pengaruh dari determinan keputusan investasi yang terdiri dari financial knowledge, financial well-being, risk tolerance dengan moderasi financial attitude. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa financial knowledge, financial well-being, risk tolerance dengan moderasi financial attitude memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi. Sebagaimana (Wiyanto et al., 2022), menyatakan Generasi Z mempunyai style hidup yang berfokus pada apa yang dirasakan di masa saat ini tanpa memikirkan</p>	
--	---	--	---	--

			<p>risiko di masa depan ataupun biasa diucap You Only Live Once (YOLO). Tidak hanya itu, generasi Z mempunyai rasa <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO), ataupun perasaan khawatir tertinggal suatu trend style hidup yang lagi banyak dipakai ataupun dicoba oleh orang lain.⁴³</p>	
5.	Feliciaa, Kevien Alfredob (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan Serta Pendapatan Generasi Z Pada Pengambilan Keputusan Investasi Saham Lq45	<p>Saat ini banyak sekali Generasi Z yang menyukai saham, akan tetapi hal yang kita tahu mengenai Gen Z adalah sifat FOMO (<i>Fear Of Missing Out</i>), sifat ini membuat generasi Z hanya mengikuti tren saja. Alhasil</p>	

⁴³ Indrianti Yuliani ES., Supami Wahyu Setiyowati, Mochamad Fariz Irianto, "Determinan keputusan investasi dengan moderasi financial attitude pada IAI Muda Jawa Timur", *MBR (Management and Business Review)*, 7(1) 2023,hal.46-66

			<p>mereka mengambil keputusan investasi dengan tidak bijak. Seperti yang kita tahu juga, setengah dari Generasi Z belum bekerja (dilihat dari usia) maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah Literasi Keuangan dan Pendapatan Generasi Z berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham Generasi Z itu sendiri. Hasil dari penelitian ini adalah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham Generasi Z sedangkan Pendapatan Tidak berpengaruh terhadap Pengambilan</p>	
--	--	--	---	--

			Keputusan Investasi Saham Generasi Z. ⁴⁴	
6.	Afif Hadi Susanto, Rusmawan Wahyu Anggoro dan Wing Wahyu Winarnro (2022)	Pengaruh FOMO, Technical Analysis Knowledge dan Fundamental Analysis Knowledge Terhadap Keputusan Investasi Dengan Financial Behavior Sebagai Pemoderasi		Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah FOMO dan analisis (teknis dan fundamental) berpengaruh terhadap keputusan investasi dan menguji peran moderasi perilaku keuangan terhadap hubungan tersebut. Hasil penelitian ini mendukung pengaruh analisis teknikal dan fundamental terhadap keputusan investasi, dan perilaku keuangan memoderasi pengaruh

⁴⁴ Feliciaa, Kevien Alfredob, "Pengaruh Literasi Keuangan Serta Pendapatan Generasi Z Pada Pengambilan Keputusan Investasi Saham Lq45", *JAMAN (Jurnal Akuntansi Manajemen) Vol 3 No. 3, 2023. 166-175*

				<p>FOMO terhadap keputusan investasi. Namun penelitian ini gagal mendukung pengaruh FOMO terhadap keputusan investasi dan peran moderasi perilaku keuangan terhadap hubungan analisis teknikal dan fundamental terhadap keputusan investasi. Kekuatan model penelitian ini dalam memperkirakan hubungan sebab akibat cukup baik ($R^2 = 0,68$).⁴⁵</p>
7.	Zaitin Humaira	Hubungan Kontrol Diri	.	Tujuan dalam penelitian ini

⁴⁵ Afif Hadi Susanto, Rusmawan Wahyu Anggoro dan Wing Wahyu Winarmo, "Pengaruh FOMO, Technical Analysis Knowledge dan Fundamental Analysis Knowledge Terhadap Keputusan Investasi Dengan Financial Behavior Sebagai Pemoderasi", *jurnal bisnis manajemen*, Vol 24 Nomor 03, (2022).

	(2022)	Dengan Kecenderungan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) Pada Mahasiswa Uin Ar-Raniry Banda Aceh	adalah untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan <i>Fear Of Missing Out</i> pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kontrol diri yang disusun dari aspek-aspek yang dikemukakan oleh Averill (1973) dan skala <i>Fear Of Missing Out</i> berdasarkan aspek-aspek dari Przybylski, Murayama, DeHaan dan
--	--------	--	--

				<p>Gladwell (2013). Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis product moment yang dibantu SPSS 22.0 for windows, menunjukkan hasil $r = -0,884$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) artinya terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO). Hasil yang didapat bahwa kontrol diri memiliki sumbangan efektif sebesar 71,2% terhadap <i>Fear Of Missing Out</i>, dan 28,8% dipengaruhi</p>
--	--	--	--	---

				oleh faktor-faktor lain. ⁴⁶
8.	Nyimas Dewi Murnila Saputri, Agung Putra Raneo, Fida Muthia (2023)	The FOMO Phenomenon : Impact on Investment Intentions in Millennial Generation with Financial Literacy as Moderation		Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menjelaskan pengaruh fenomena FOMO terhadap niat berinvestasi dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Dari hasil pengujian yang dilakukan diketahui bahwa variabel literasi keuangan mampu memperlama h pengaruh FOMO terhadap minat berinvestasi yang diindikasikan signifikan

⁴⁶ Zaitin Humaira, Skripsi: Hubungan Kontrol Diri Dengan Kecenderungan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Pada Mahasiswa Uin Ar-Raniry Banda Aceh, (Aceh, Uin Ar-Raniry, 2022), Hal.xv.

				bertanda negatif dan juga menjadi variabel independen yang mempengaruhi minat investasi. ⁴⁷
9.	Khoirunisa Sekarsa Utami (2023)	Pengaruh Pemahaman Investasi, Herding Behavior Dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal Syariah		Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemahaman investasi, herding behavior, dan risk tolerance terhadap keputusan investasi mahasiswa di pasar modal syariah. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan

⁴⁷ Nyimas Dewi Murnila Saputri, Agung Putra Raneo , Fida Muthia, *The FOMO Phenomenon: Impact on Investment Intentions in Millennial Generation with Financial Literacy as Moderation*, *Riset & Jurnal Akuntansi*, Volume 7 Nomor 3,(2023), <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1619>.

				<p>hasil bahwa variabel pemahaman investasi menunjukkan nilai Tstatistic 2.801 (lebih besar dari T-tabel 1.989), artinya variabel pemahaman investasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan. Variabel herding behavior menunjukkan nilai T-statistic 0.668 (lebih kecil dari T-tabel 1.989), artinya variabel herding behavior tidak berpengaruh positif signifikan terhadap</p>
--	--	--	--	--

				keputusan investasi. ⁴⁸
10.	Arina Zahra Bithana (2023)	Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia).		Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemajuan teknologi, literasi keuangan, perilaku FOMO, dan modal minimal investasi terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan, literasi keuangan dan modal minimal investasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi

⁴⁸ Khoirunissa Sekar Utami, "Pengaruh Pemahaman Investasi, Herding Behavior Dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal Syariah" (Skripsi, IAIN Curup, 2023), x.

				<p>di pasar modal sedangkan kemajuan teknologi dan perilaku FOMO tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi. Namun Secara simultan, kemajuan teknologi, literasi keuangan, perilaku FOMO, dan modal minimal investasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi.</p> <p>49</p>
--	--	--	--	---

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah adanya pembatas antara variabel dependen dengan variabel independen, dengan dibatasi oleh variabel moderasi, yaitu aspek *Prudential*. Selain itu, perbedaan penelitian ini

⁴⁹ Arina Zahra Bithana, “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia)”, (Skripsi, UII, 2023). Hal.1

dibandingkan penelitian sebelumnya, penelitian ini akan membahas terkait fenomena *Flexing* yang ada di sosial media ditinjau dari pemasaran yang dilakukan oleh figur endorser dan sikap investasi mahasiswa serta membahas fenomena FOMO yang terjadi dikalangan mahasiswa dalam hal ini terkait rasa khawatir tertinggal trend investasi dengan objek penelitian yaitu pada mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah atau mendapatkan fasilitas dari Lembaga Keuangan Syariah di Bandar Lampung.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disusun dengan sistematika Bab yang terdiri dari :

Bab I Pendahuluan, Bab II Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab V Penutup. Sistematika penulisan bagian substansi (inti) skripsi penelitian kuantitatif secara umum sebagai berikut :

Tabel 1.2
Sistematika Penulisan Skripsi Penelitian Kuantitatif

BAB I	Pendahuluan A. Penegasan Judul B. Latar Belakang Masalah C. Identifikasi dan Batasan Masalah D. Rumusan Masalah E. Tujuan Penelitian F. Manfaat Penelitian G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan H. Sistematika Penulisan
BAB II	Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis A. Teori Yang Digunakan B. Pengajuan Hipotesis
BAB III	Metode Penelitian A. Waktu dan Tempat Penelitian B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

	C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data D. Definisi Operasional Variabel E. Instrumen Penelitian F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data G. Uji Prasarat Analisis H. Uji Hipotesis
BAB IV :	Hasil Penelitian dan Pembahasan A. Deskripsi Data B. Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis
BAB V :	Penutup A. Simpulan B. Rekomendasi
DAFTAR RUJUKAN LAMPIRAN	



BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori Yang Digunakan

1. Keuangan Keperilakuan (Behavioral Finance)

Behavioral Finance telah dipaparkan oleh Martin Sewell menjelaskan bahwa *behavioral finance* adalah studi tentang pengaruh psikologi terhadap perilaku pelaku keuangan dan dampaknya terhadap pasar.⁵⁰ *Behavioral finance* adalah cabang ilmu keuangan yang mempelajari perilaku manusia dalam pengambilan keputusan keuangan. Ini melibatkan penelitian tentang faktor-faktor psikologis, sosial, dan emosional yang mempengaruhi keputusan investasi dan keuangan. Pendekatan *behavioral finance* menekankan bahwa investor tidak selalu rasional dan terkadang dipengaruhi oleh bias kognitif atau emosional yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka.⁵¹

Sedangkan, beberapa peneliti seperti Pompian, dan Fuller. Pompian menyebut bahwa keuangan berperilaku sebagai aplikasi psikologi terhadap keuangan.⁵² Fuller mendefinisikan *behavioral finance* dalam tiga cara : Pertama, *behavioral finance* merupakan kombinasi antara ekonomi klasik dan keuangan dengan psikologi dan ilmu keputusan. Kedua, *behavioral finance* merupakan upaya untuk menjelaskan penyebab dari beberapa anomali yang diamati dan dilaporkan dalam literatur ekonomi. Ketiga, *behavioral finance* adalah studi tentang bagaimana investor melakukan kesalahan sistematis dan kesalahan mental. Singkatnya, keuangan perilaku adalah penjelasan berbasis

⁵⁰ Martin Sewell, "Behavioural Finance. University of Cambridge," *University of Cambridge*, 2007, 1.

⁵¹ *Ibid.*

⁵² Abdulloh Mubarak, "Keuangan Keperilakuan (Behavioral Finance): Sebuah Overview," *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi* 6, no. 2 (2015),

wawasan tentang apa, mengapa, dan bagaimana membiayai dan berinvestasi.⁵³

2. Risk Perception

Ketika sesuatu hal terjadi atau tidak terjadi, setiap orang dapat mengartikannya sama atau berbeda. Hal tersebut yang dapat membentuk persepsi. Menurut Robbins dan Judge, Persepsi adalah proses dimana orang mengatur dan menafsirkan kesan indra mereka untuk memberi makna pada lingkungan mereka.⁵⁴ *Risk Perception* adalah proses dimana seseorang menginterpretasikan informasi yang dia terima tentang risiko.⁵⁵

Risk perception ialah mengacu pada penilaian subyektif tentang sifat dan tingkat risiko yang diambil investor.⁵⁶ *Risk perception* berdasarkan *prospect theory* memiliki konsep bahwa investor mempersepsikan risiko aset keuangan berdasarkan tujuan dan pengalaman masa lalu mereka.⁵⁷ Persepsi risiko dibentuk secara sosial, Williamson & Weyman mendefinisikan persepsi risiko sebagai hasil dari banyak faktor yang menjadi dasar dari perbedaan pengambilan keputusan terhadap kemungkinan kerugian.⁵⁸

⁵³ Mubarak, "Keuangan Keperilakuan (Behavioral Finance): Sebuah Overview",

⁵⁴ Stephen P Robbins and Timothy A Judge, "Perilaku Organisasi Edisi Ke-12," *Jakarta: Salemba Empat* 11 (2008), 175.

⁵⁵ Dewi Ayu Wulandari and Rr Iramani, "Studi Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidance Dan Risk Perception Pada Pengambilan Keputusan Investasi," *Journal of Business & Banking* 4, no. 1 (2014), hal.58.

⁵⁶ Talal Alquraan, Ahmad Alqisie, and Amjad Al Shorafa, "Do Behavioral Finance Factors Influence Stock Investment Decisions of Individual Investors?(Evidences from Saudi Stock Market)," *American International Journal of Contemporary Research* 6, no. 3 (2016): hal.159–69.

⁵⁷ Faris Wildan Mutawally and Nadia Asandimitra, "Pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, Behavioral Finance Dan Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya," *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, no. 4 (2019): hal.945.

⁵⁸ Wulandari and Iramani, "Studi Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidance Dan Risk Perception Pada Pengambilan Keputusan Investasi," hal.59

Masalah dan kecenderungan persepsi kemudian memengaruhi selera risiko individu. Ketersediaan ini mungkin bergantung pada ketidakpastian hasil karena informasi yang tidak sempurna atau besarnya potensi kerugian atau keuntungan. *Risk perception* memainkan peran penting dalam perilaku manusia, terutama dalam pengambilan keputusan dalam kondisi yang tidak pasti.⁵⁹

3. *Social Comparison* (Perbandingan Sosial)

Menurut Festinger perbandingan sosial adalah dimana saat individu termotivasi untuk membandingkan diri ia sendiri dengan orang lain yang spesifik atau umum untuk menilai situasi sosial ia sendiri. Festinger mengajukan teori proses perbandingan sosial untuk menjelaskan perbandingan komparatif yang berhubungan dengan opini dan kemampuan seseorang. Individu cenderung untuk membandingkan dirinya dengan individu lain yang serupa dengan dirinya sendiri, sebab dengan melakukan hal tersebut, maka evaluasi yang lebih tepat mengenai opini maupun kemampuan yang dimilikinya dapat tersedia. Selain itu perbandingan sosial juga merupakan proses evaluasi mengenai diri seseorang dalam berhubungan dengan orang lain. Menurut Miller, Reichert, dan Flores seringkali seseorang melakukan perbandingan sosial karena tidak adanya informasi perbandingan yang objektif.⁶⁰

Festinger berpendapat bahwasannya *social comparison* terdiri dari 2 aspek, yaitu sebagai berikut:⁶¹

a. Kemampuan (*Ability*)

Bahwasannya setiap individu cenderung ingin menyamakan diri dengan lingkungannya, oleh karena

⁵⁹ Wulandari and Iramani., 59

⁶⁰ Nurfitriany Fakhri “Konsep Dasar Dan Implikasi Teori Perbandingan Sosial”. *Jurnal Psikologi Talenta* Vol. 3 No. 1 (2017).

⁶¹ Dikki Wulandari & Meita Santi Budiani. “Hubungan Antara Socia Comparison Dengan Materialisme Pada Pelajar SMK X Di Kota Kediri”. Charter : *Jurnal Penelitian Psikologi*, 07 no.04 (2020) : 121-122 .

itu individu berusaha mengurai berbagai perbedaan yang signifikan dengan orang lain, salah satunya dalam aspek kemampuan (ability). Oleh karena adanya dorongan untuk berubah menjadi lebih baik, seringkali individu membandingkan kemampuan dirinya dengan orang lain agar diperoleh kemampuan yang setara. Apabila kemampuan individu berbeda dengan orang lain, individu akan memiliki dorongan untuk meningkatkan kemampuannya sehingga mencapai keadaan dimana perbedaan antara dirinya dengan orang lain menjadi sedikit dan tidak berjarak.

b. Pendapat (*Opinion*)

Pendapat merupakan tolak ukur perbandingan melalui aspek pendapat. Individu seringkali membandingkan pendapatnya sendiri pada orang lain. Apabila pendapat seseorang terkait penampilan menarik dan citra dirinya berbeda dengan pendapat orang lain, hal ini memiliki kecenderungan orang tersebut mengubah pendapatnya agar mendekati pendapat orang lain atau melakukan sebaliknya. Membandingkan pendapat ini bersifat dua arah, apabila pendapat individu berbeda dengan orang lain, maka individu tersebut cenderung untuk mengubah pendapat agar sesuai dengan orang lain. Sebaliknya, individu dapat mengubah pendapat orang lain yang berbeda dengan dirinya supaya menyamai dirinya.

4. Impression Management (Manajemen Kesan)

Teori Manajemen Kesan merupakan bagian dari Teori Dramaturgi yang dikembangkan oleh Erving Goffman sendiri. Ia beranggapan ketika seseorang berhadapan dengan orang lain, ia mempunyai berbagai motif dalam berusaha mengendalikan kesan yang mengikutinya. Teori manajemen kesan dapat diartikan sebagai segala kegiatan yang dilakukan oleh seseorang pada waktu-waktu tertentu dengan tujuan untuk memberikan berbagai pengaruh terhadap orang lain.

Tujuan dan strategi manajemen kesan (DeVito, 2013:73-78) adalah: Pertama, pencarian afinitas dan strategi kesopanan. Strategi-strategi ini diterapkan agar disukai orang lain dan sangat penting pada awal interaksi. Seseorang dapat menerapkan strategi tersebut dengan mengatakan hal-hal positif tentang orang lain, mengatakan beberapa hal negatif tentang diri sendiri, menunjukkan kesopanan, keramahan, dan humor. Kedua, strategi kredibilitas, bertujuan untuk menghasilkan kepercayaan dari orang lain. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan menunjukkan kompetensi, prestasi, kinerja, dan kualifikasi, serta karakter dan kharisma yang baik, yang ditunjukkan dengan semangat, keteguhan, dan fokus pada hal-hal positif. Ketiga, mempengaruhi strategi yang digunakan untuk memperoleh pengaruh, menekankan pada pengetahuan (kekuatan informasi), keahlian (kekuatan para ahli), dan yang didasarkan pada posisi dan keberhasilan aktor itu sendiri. Keempat, strategi mencela diri sendiri, untuk mendapatkan simpati, dengan menunjukkan kelemahan dan ketergantungan pada orang lain yaitu timeline seseorang yang cenderung untuk menunjukkan bahwa individu tersebut saat ini tidak dapat melakukan apa pun, dalam kesulitan, dll. Kelima, strategi yang sesuai dengan gambar yang digunakan untuk membuat orang lain memiliki gambaran berbeda tentang aktor tersebut; WHO diri dari aktor tersebut, yang dapat dilakukan dengan menampilkan diri sebagai sosok yang siap berkorban demi kebaikan (orang lain), memiliki disiplin diri, dan dengan menampilkan foto tokoh khusus atau gambar nasionalis atau gambar yang menggambarkan ideologi tertentu. Strategi di atas bisa dilakukan oleh pengguna media sosial untuk memodifikasi akunnya. Namun penerapan setiap strategi bergantung pada tujuan pengguna. Mereka dapat memanfaatkan semua fitur di media sosial untuk menerapkan strategi mereka sendiri.⁶²

⁶² Endah Murwani, "Strategi Pengelolaan Kesan Calon Gubernur-Wakil Gubernur

5. Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk, sikap adalah ungkapan emosi yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu.⁶³ Sedangkan menurut Kotler, sikap adalah proses pengorganisasian motivasi, emosi, persepsi dan kepercayaan dalam hubungannya dengan lingkungan dalam jangka panjang.⁶⁴ Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen ditentukan oleh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor individu (personal) dan faktor psikologi diantaranya ialah:

a. Faktor kebudayaan

- 1) Budaya, adalah faktor terpenting atau utama yang mempengaruhi preferensi dan tindakan konsumen.
- 2) Sub budaya, setiap budaya memiliki subkultur atau kelompok kecil orang yang berbagi nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama, dan subkultur ini membantu orang untuk mengenal dan memahami satu sama lain dengan lebih baik.
- 3) Kelas sosial, adalah kelompok yang relatif stabil dan sistematis dalam masyarakat dengan kesamaan nilai, minat, dan aktivitas.

b. Faktor sosial

- 1) Kelompok referensi, adalah kelompok yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi sikap atau perilaku individu.
- 2) Keluarga, adalah kelompok pembelian terpenting bagi konsumen dalam masyarakat. Anggota keluarga penerima dapat memiliki pengaruh kuat pada perilaku.

DKI Jakarta di Media Sosial” *Jurnal Komunikasi ISKI*, Vol. 03 (02), 2018. 113-121. <http://dx.doi.org/10.25008/jkiski.v3i2.219>.

⁶³ L G Schiffman and K L Lazar, “Consumer Behavior 10th Edition: Consumer Innovativeness” *New Jersey: Pearson Education Inc, 2010*.

⁶⁴ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, “Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1),” *Jakarta: Penerbit Erlangga (2008)*, 214.

- 3) Status dan peran. Ada banyak keluarga, klub, dan organisasi yang dapat diikuti orang. Peran dan peringkat dapat digunakan untuk menemukan individu dalam setiap grup.
- c. Faktor pribadi
- 1) Usia dan tahap kehidupan, usia dan tahap kehidupan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang mereka beli. Usia mempengaruhi kesukaan dan kebutuhan orang.
 - 2) Pekerjaan, barang dan jasa yang dibeli pekerja bergantung pada pekerjaan mereka.
 - 3) Kondisi ekonomi juga dapat mempengaruhi pemilihan produk. gaya hidup. Cara orang hidup; tindakannya menceritakan kisah hidupnya, yang tercermin dalam minat dan pendapatnya.
 - 4) Kepribadian dan harga diri adalah ciri-ciri psikologis yang bertanggung jawab atas respons yang konsisten dan berkelanjutan terhadap rangsangan lingkungan, seperti membelanjakan uang.
- d. Faktor psikologi
- 1) Motivasi, adalah motivasi seseorang atau penggerak suatu tujuan.
 - 2) Persepsi, orang termotivasi dan siap untuk bertindak. Bagaimana individu memahami tujuan dari suatu tindakan mempengaruhi perilaku mereka.
 - 3) Pembelajaran, mengubah pengetahuan menjadi perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
 - 4) Sikap, evaluasi jangka panjang seseorang yang menyenangkan atau tidak menyenangkan, perasaan emosional, dan kecenderungan terhadap objek atau ide tertentu disebut sebagai sikap.⁶⁵

Melalui tindakan dan proses pembelajaran, orang memiliki sikap yang memungkinkan mereka

⁶⁵ Lisa Ade Justicia, Darmawan Darmawan, and Teuku Muttaqin Mansur, "Penyelesaian Tunggakan Kredit Ringan Dikaitkan Dengan Prinsip Kehati-Hatian Bank," *Syiah Kuala Law Journal* 2, no. 2 (2018), hal.569-570.

mempengaruhi perilaku pembelian. Menurut Schiffman dan Kanuk, salah satu model sikap konsumen yang paling banyak digunakan adalah model sikap multiatribut *fishbein*. Model sikap multiatribut *fishbein* mengidentifikasi tiga faktor utama guna memprediksi sikap konsumen, ketiga factor tersebut terdiri dari :

- a. Keyakinan seseorang terhadap karakteristik terpenting dari suatu objek.
- b. Keyakinan bahwa properti objek memiliki ciri khas tertentu.
- c. Penilaian terhadap keyakinan setiap orang terhadap atribut yang paling penting, dimana keyakinan diukur dengan apakah keyakinan konsumen terhadap atribut tersebut baik atau tidak.⁶⁶

a. Sikap Investasi

1) Definisi Sikap Investasi

Sikap secara umum diartikan sebagai suatu kecenderungan yang dimiliki oleh individu ataupun kelompok untuk berperilaku. Sikap dapat berupa kecenderungan yang positif maupun negatif. Myers dalam Sarwono (1999) mendefinisikan sikap sebagai “attitude is a favorable or unfavorable evaluative reaction toward something or someone, exhibited in one’s belief, feelings or intended behavior”. Definisi tersebut senada dengan definisi sikap yang dikemukakan oleh Ajzen dalam Sarwono (1999), yaitu: “an attitude is a disposition to respond favorably or unfavorably to an object, person, institution or event”. Menurut Baron dan Byrne mendefinisikan sikap sebagai evaluasi terhadap berbagai aspek dalam dunia sosial serta

⁶⁶ Ujang Sumarwan, Aldi Noviandi, and Kirbrandoko Kirbrandoko, “Analisis Proses Keputusan Pembelian, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik Di Jabotabek (An Analysis of Purchasing Decision, Perceptions and Consumer Attitudes toward Organic Rice in Jabodetabek),” *Jurnal Pangan* 22, no. 2 (2013),hal.25.

bagaimana evaluasi tersebut memunculkan rasa suka atau tidak suka terhadap isu, ide, orang, kelompok sosial, objek, bahkan makanan penutup.⁶⁷ Selain menjadi penjelasan yang diinginkan atau tidak diinginkan, sikap juga dapat digunakan untuk menilai orang lain, kejadian, dan hal-hal. Sikap seseorang menyampaikan bagaimana perasaan mereka tentang sesuatu. Seseorang mengungkapkan sikapnya tentang suatu pekerjaan ketika mereka mengklaim bahwa mereka menyukai pekerjaan mereka.⁶⁸

Dalam kamus pasar modal dan keuangan, investasi diartikan sebagai penanaman modal dalam suatu perusahaan untuk memperoleh suatu keuntungan. Menurut Tandellin menyatakan bahwa investasi merupakan komitmen atas sejumlah dana dan sumber daya lainnya yang dilakukan pada masa sekarang untuk mendapatkan keuntungan di masa depan. Sedangkan menurut Jogyanto investasi adalah sebagai penundaan konsumsi sekarang untuk digunakan sebagai produksi yang efektif guna untuk dimanfaatkan di masa depan. Menurut Sunariyah dalam buku Sudarso investasi adalah penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan biasanya berjangka waktu lama dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa- masa yang akan datang.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa investasi adalah suatu aktivitas berupa penundaan konsumsi di masa

⁶⁷ Rena Anggita Nurul Adha*) dan Ratri Virianita, "Sikap dan Intensi Pemanfaatana Internet dalam Kegiatan Bisnis", *jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia*, Vol 04, Nomor 03 (2010)

⁶⁸ Rudy Irwansyah Hartini, Muhammad Ramaditya, *Perilaku Organisasi* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 56-57.

sekarang dalam jumlah tertentu dan selama periode tertentu pada suatu aset yang efisien oleh investor, dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang pada tingkat tertentu sesuai dengan yang diharapkan.⁶⁹ Kemudian berdasarkan pengertian diatas sikap investasi dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian individu terhadap perilaku keuangan atau sumber daya lain yang akan dibuat untuk saat ini dengan harapan mendapat manfaat di masa depan.

2) Tujuan Investasi

Tujuan orang melakukan investasi pada dasarnya adalah untuk mengembangkan dana yang dimiliki atau mengharapkan keuntungan di masa depan. Investor juga bertujuan untuk mendapatkan return yang tinggi. Secara umum tujuan investasi memang mencari untung, tetapi bagi perusahaan tertentu kemungkinan ada tujuan utama yang lain selain untuk mencari untung. Secara lebih khusus ada beberapa alasan mengapa seseorang melakukan investasi, antara lain adalah:

- a) Untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak di masa datang. Orang yang bijaksana akan berpikir bagaimana meningkatkan taraf hidupnya dari waktu ke waktu untuk mempertahankan tingkat pendapatannya sekarang agar tidak berkurang di masa yang datang.
- b) Untuk mengurangi tekanan inflasi, dimana dengan melakukan investasi seseorang dapat menghindarkan diri dari risiko penurunan

⁶⁹ Arifin Johar, *Kamus Istilah Pasar Modal, Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, (Gramedia: Jakarta, 1999), hlm. 54

nilai kekayaan atau hak miliknya akibat adanya pengaruh inflasi. Contoh: Jika suku bunga bank 5% per-Tahun dan angka inflasi 10% per-Tahun, maka secara jumlah uang kita akan bertambah karena suku bunga. Tetapi secara nilai atau daya beli uang, uang kita mengalami penurunan yang secara kasar adalah turun sekitar 5%. Oleh karena itu, untuk mengantisipasinya kita harus melakukan investasi dengan tingkat suku bunga lebih dari 10% atau minimal sama dengan tingkat inflasi.

- c) Dorongan untuk menghemat pajak, dimana beberapa negara mendorong tumbuhnya investasi di masyarakat melalui pemberian fasilitas perpajakan kepada masyarakat yang melakukan investasi pada bidang-bidang tertentu.

Disamping hal-hal tersebut diatas, tujuan investasi juga terkait dengan jangka waktu investasi. Jika kita ingin mempersiapkan investasi untuk membeli mobil Tahun depan, maka kita bisa berinvestasi pada instrumen investasi jangka pendek. Investasi jangka pendek bisa memilih deposito, karena deposito dapat memberikan kepastian hasil dalam jangka waktu yang relatif pendek. Sedangkan jika ingin mempersiapkan dana pensiun, maka kita dapat melakukan investasi pada instrumen investasi jangka panjang. Untuk investasi jangka panjang bisa dilakukan dengan membeli saham atau obligasi. Disisi yang lain jangka waktu investasi juga berkaitan dengan risiko investasi. Jika ingin berinvestasi pada deposito (jangka pendek), maka kita akan mendapatkan hasil yang pasti pada saat jatuh tempo dengan risiko yang relatif kecil, dan mendapatkan keuntungan yang juga

kecil. Sedangkan jika ingin investasi di saham (jangka panjang), maka keuntungan atau kerugian bisa terjadi jika hanya melihat pada jangka waktu yang relatif pendek. Sedangkan jika kita lakukan dalam jangka waktu yang relatif panjang, maka hal ini dapat menekan fluktuasi yang muncul pada jangka pendek.⁷⁰

3) Bentuk Investasi

Melihat ruang lingkup usahanya, investasi dibagi menjadi dua bagian, yaitu.

- a) Investasi pada aktiva nyata (*real assets* atau *real investment*), misal untuk pendirian pabrik-pabrik, hotel, perkebunan, dan lain-lain.
- b) Investasi pada aktiva keuangan (*financial assets* atau *financial investment*), seperti pembelian surat berharga baik berupa saham ataupun obligasi.

4) Proses Investasi

Proses investasi merupakan manajemen yang paling mendasar bagi seorang investor dalam melakukan investasi. Proses manajemen investasi menurut Fabozzi meliputi 5 langkah sebagai berikut:

- a) Menetapkan Sasaran Investasi Dalam menetapkan sasaran investasi tergantung dari keinginan investor, yaitu memperoleh pengembalian dari dana yang diinvestasikan yang jumlahnya lebih besar dari dana yang dikeluarkan.
- b) Membuat Kebijakan Investasi Dalam membuat kebijakan investasi sesuai dengan

⁷⁰ Didit Herlianto, *Manajemen Investasi Plus Jurus Mendeteksi Investasi Bodong*, Sendangadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta, 55285, Gosyen Publishing (2013).

sasaran investor, yaitu investor harus memutuskan bagaimana dana sebaiknya didistribusikan terhadap kelompok-kelompok aktiva utama yang ada. Kelompok aktiva umumnya meliputi saham, obligasi, real estat dan sekuritas-sekuritas lain.

- c) **Memilih Strategi Portofolio** Dalam pemilihan strategi portofolio harus konsisten terhadap sasaran dan kebijakan investasi. Strategi portofolio dapat dibedakan menjadi strategi aktif dan pasif. Strategi portofolio aktif menggunakan informasi-informasi yang tersedia dan teknik-teknik peramalan untuk memperoleh kinerja terbaik. Sedangkan strategi portofolio pasif adalah strategi yang mendasarkan kinerja pasar (strategi pasif mengasumsikan bahwa pasar akan merefleksikan seluruh informasi yang tersedia pada harga sekuritas).
- d) **Memilih Aktiva** Dalam memilih aktiva meliputi usaha untuk mengidentifikasi kasi kesalahan penetapan harga sekuritas, dimana pada tahap ini investor berusaha merancang portofolio yang efisien.
- e) **Mengukur dan Mengevaluasi Kinerja** Dalam mengukur dan mengevaluasi kinerja mendasarkan pada patokan (benchmark) secara relatif dari portofolio sekuritas yang telah ditentukan dengan portofolio lain yang sesuai.⁷¹

⁷¹ Didit Herlianto, *Manajemen Investasi Plus Jurus Mendeteksi Investasi Bodong*, Sendangadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta, 55285, Gosyen Publishing (2013).

b. *Flexing*

1). **Definisi *Flexing***

Istilah *Flexing* tidak ditemukan dalam ilmu ekonomi karena merupakan bahasa gaul dari kalangan ras kulit hitam untuk "menunjukkan keberanian" atau "pamer" sejak Tahun 1990-an. Sedangkan dalam perilaku konsumen, istilah *Flexing* memiliki kesamaan makna dengan conspicuous consumption. Menurut kamus Merriam – Webster, *Flexing* diartikan to make an ostentatious display of something : show off, atau memamerkan sesuatu atau yang dimiliki secara mencolok. Pembahasan mengenai *Flexing* dapat dikaitkan juga dengan teori perilaku konsumen yang digagas oleh Thorstein Veblen (1899) dengan karyanya *The Theory of Leisure Class*. Veblen (1899) mendefinisikan conspicuous consumption atau konsumsi yang mencolok sebagai perilaku mengkonsumsi barang bukan semata-mata karena manfaat barang-barangnya (utilitas primer) tetapi sebagai sebuah perilaku konsumsi yang dilakukan untuk menunjukkan kekayaan, status, kelas atau utilitas sekunder.⁷²

Fenomena *Flexing* di media sosial lebih diarahkan pada perilaku konsumen dengan membeli barang-barang mewah atau layanan kelas atas agar orang lain dapat mengenali kemampuan atau status keuangannya. Pelaku *Flexing* bersaing untuk memamerkan kekayaan mereka untuk pengakuan dan pujian kemampuan finansial atau status oleh orang lain. Bagi sebagian orang, *Flexing* adalah hal yang biasa, namun dampak negatif yang ditimbulkan oleh *Flexing* juga tidak dapat ditoleransi, apalagi jika *Flexing* dilakukan

⁷² Syarifah Fatimah, Oggy Maulidya Perdana Putri, “*Flexing*: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 9 Nomor 01, (2023).

dengan sengaja untuk menarik perhatian, kepentingan orang lain atau mencari konsumen, yang berdiri di belakang demi keuntungan dengan mengorbankan orang lain. Atau konsumen yang terpengaruh.⁷³

2) Dampak *Flexing*

Dampak *Flexing* juga beragam, baik bagi pelaku maupun bagi orang yang melihatnya, hal ini bergantung pada diri pribadi seseorang untuk menyikapinya. Bagi diri pelaku *Flexing*, tujuannya secara positif adalah untuk mengapresiasi diri atas hasil yang diperoleh atau untuk memberikan motivasi bagi orang lain bahwa semua orang dapat memperoleh hasil yang baik dengan usaha. Akan tetapi, dampak negatif dari *Flexing* juga dapat membahayakan diri pelaku, yakni :

- a) Hidup orang yang *Flexing* akan menjadi semakin konsumtif, karena mereka hidup untuk memenuhi atau mendapatkan kesan dari banyak orang agar selalu terlihat menjadi orang kaya, sehingga orang yang *Flexing* akan sering membeli banyak hal yang dapat mendukung untuk memperoleh kesan tersebut;
- b) Jika orang tersebut tidak sanggup untuk memenuhi kesan menjadi orang kaya, maka kemungkinan akan memenuhi dengan cara yang di luar kemampuan, yaitu nekat berutang. Hal ini akan menjadi masalah besar bila pelaku tidak sanggup membayar utang tersebut, atau bahkan melakukan tindakan melanggar hukum seperti penipuan, pencurian bahkan perampokan hanya untuk memenuhi tuntutan gaya hidup;

⁷³ Ibid

- c) Saat seseorang sangat gemar melakukan *Flexing*, kemungkinan rasa empatinya akan menjadi semakin minim. Sebab, pelaku *Flexing* tidak memiliki kepedulian terhadap orang lain yang kekurangan dan membutuhkan bantuan, karena mereka hanya sibuk memamerkan harta kekayaan yang dimiliki.

Dampak *Flexing* bagi orang lain, jika dilihat secara positif dapat menjadi motivasi untuk memperoleh apa yang diinginkan, tentunya dengan usaha yang baik, tidak merugikan orang lain, dan tidak melanggar hukum. Dampak negatifnya adalah dapat menimbulkan iri dan dengki, bahkan mempengaruhi untuk memperoleh hal yang sama dengan cara yang tidak baik dan melanggar hukum.

3) Cara Mengurangi *Flexing*

Untuk mengurangi sikap *Flexing* terutama di media sosial, dapat dipahami beberapa cara berikut:

- a) Pilih beberapa orang yang dapat melihat postingan anda. Oleh karena itu, ketika anda memposting tentang pencapaian anda, mereka akan menghormati keinginan anda daripada percaya bahwa anda melebih-lebihkan.
- b) Anda dapat memasukkan tujuan anda saat memposting pencapaian. anda bisa memberikan penjelasan seperti merasa senang dan bangga dengan pencapaian anda. Namun, itu wajar saja dan tidak perlu berlebihan.

Jika Anda ingin memposting tentang perjuangan anda, anda dapat menambahkan kalimat yang menginspirasi orang lain dan menunjukkan apa yang ingin anda bagikan kepada orang lain sehingga Anda tidak terlihat pamer.⁷⁴

⁷⁴ Ibid

4) *Flexing* Dalam Pendekatan Iklan Testimonial

Menurut Kotler & Amstrong (2012) “*Testimonial evidence or endorsement*” merupakan gaya iklan yang memiliki sumber yang sangat dipercaya atau menyenangkan/mendukung produk. Pemaparan lain oleh Russel & Lane (1997), testimonial merupakan kemampuan untuk menarik perhatian terhadap iklan dan menyajikan sumber terpercaya yang membuat testimoni tersebut sebuah ulasan yang populer. Melalui pemaparan dari kedua pemahaman para pakar mengenai definisi teori testimoni, telah digambarkan kekuatan dari sebuah kesaksian/testimoni figur seorang yang terpercaya terhadap penggunaan produk tertentu, maka kualitas dan nilai value produk akan otomatis menjadi lebih baik. Tentunya *Flexing* ditinjau dari pendekatan iklan testimonial, diungkapkan oleh Lee dan Carla, yaitu :⁷⁵

- a) Daya Tarik (*Interest*) dinyatakan bahwa testimoni idealnya memiliki unsur daya tarik yang meliputi:
 1. Kesamaan harapan (*Similarity*), adalah sebuah persepsi khalayak berkenaan dengan kesamaan yang dimiliki dengan endorser, kemiripan ini dapat berupa karakteristik, demografis, gaya hidup, kepribadian, masalah yang dihadapi sebagaimana yang ditampilkan pada iklan dan sebagainya.
 2. Kemiripan (*Familiarity*), memperkenalkan sang narasumber melalui *exposure*. contohnya, menggunakan pendekatan *celebrity endorse* dinilai berdasarkan tingkat keseringan tampil di publik, sedangkan menggunakan pendekatan *Typical Person*

⁷⁵ Edy Chandra, Maitri Widya Mutiara, “Dampak Stimulus-Respon Konsumen Terhadap Maraknya Gaya Visual Iklan *Flexing* Produk Binomo Budi Setiawan”, *SERINA IV UNTAR 2022*

Endorser mengacu pada tingkat keakraban dengan sosok yang ditampilkan karena sering dijumpai di kehidupan sehari-hari.

3. Kesukaan (*Liking*), tingkat rasa suka *audience* terhadap narasumber karena faktor penampilan fisik yang menarik, perilaku yang baik, dan karakter personal lainnya. Bahkan ketika sumber-sumber ini bukan atlet atau bintang film, konsumen sering mengagumi bakat, atau keperibadiannya.
- b) Kredibilitas, adalah sebuah perluasan konsep dimana *audience* memandang sumber yang berpengetahuan, mempunyai keterampilan atau pengalaman dan kepercayaan sumber yang tidak berat sebelah. Tiga faktor yang sering dikenal adalah:
 1. Keahlian (*expertise*), mengacu pada pengetahuan, pengalaman, atau keterampilan yang dimiliki seorang sumber yang berhubungan dengan topik iklannya. Seorang sumber bukan berarti harus ahli, namun penting bahwa *audience* menganggap *endorser* memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup mengenai kategori produk yang diiklankan.
 2. Kelayakan dipercayai (*trustworthiness*), aspek ini mengacu pada nilai kejujuran, integritas dan kepercayaan dari seorang sumber. Nilai-nilai objektivitas yang dianut sumber menjadi parameter bagi *audiens* untuk mempersiapkan apakah seorang sumber informasi layak dipercaya atau tidak. Jika *audiens* merasa sumber-sumber dibayar hanya untuk menyatakan sesuatu tentang produk saja, kepercayaan khalayak terhadap sumber menjadi berkurang.

- c) Spontanitas, perancangan iklan testimonial yang benar, seharusnya tidak menggunakan skrip melainkan muncul secara spontan dari konsumen karena ketika testimonial tersebut berupa skrip yang dihafal, maka unsur spontanitas naturalnya menjadi hilang.

c. *Fear Of Missing Out (FOMO)*

1) Definisi *Fear Of Missing Out (FOMO)*

Ringkasnya, FOMO atau *Fear Of Missing Out* ialah timbul cemas terhadap perasaan "tertinggal" sebab kurangnya update informasi. Kamus Oxford menjelaskan pengertian tentang *Fear Of Missing Out (FOMO)* merupakan suatu bentuk kecemasan terhadap adanya peristiwa menarik yang terjadi di tempat lain. Kecemasan yang terjadi ini terstimulasi oleh hal-hal yang ditulis di dalam media sosial seseorang. FOMO merupakan istilah unik yang diperkenalkan pada Tahun 2004 untuk menggambarkan fenomena yang sedang populer di situs jejaring sosial.

FOMO juga dapat diartikan sebagai perasaan tidak tenang atau tidak nyaman ketika tertinggal informasi terbaru yang terlebih dahulu diketahui oleh orang lain atau bahkan ketika orang lain mendapatkan sesuatu yang lebih baik. Fenomena FOMO ialah fenomena di mana seseorang merasa takut untuk tertinggal berita terbaru, takut merasa tidak update.⁷⁶

FOMO ditandai dengan adanya keinginan untuk terus berhubungan dengan apa yang individu lakukan melalui dunia maya. kecanduan media sosial mempengaruhi risiko hilangnya informasi dan tidak adanya eksistensi, dengan asumsi bahwa

⁷⁶ Ellynda Kusuma Anggraeni, "Fear of Missing Out (FOMO) Ketakutan Kehilangan Momen", Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2021).

pengguna media sosial adalah pihak yang *up-to-date*. Beberapa hal yang mempengaruhi hal tersebut dapat terjadi, di antaranya adalah merasa takut jika berjauhan dengan ponsel karena mereka tidak ingin terlambat mendapatkan informasi terbaru dari media sosial dan adanya perasaan senang dan gembira saat membuka media sosial. Gunakan media sosial untuk melihat informasi dan postingan dari orang lain. Hal ini terkait dengan aspek *Fear of Missing a Moment* atau *Fear Of Missing Out* (FOMO) kebutuhan psikologis yang tidak terpenuhi untuk kedekatan dengan individu lain. kurangnya kedekatan individu terhadap individu atau kelompok sosial yang lain dan aspek lainnya yaitu tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan self atau diri sendiri, yang berkaitan dengan kompetensi dan autonomy.⁷⁷

Indikator *Fear Of Missing Out* (FOMO) mencakup beberapa aspek, termasuk aktivitas media sosial, penggunaan teknologi, stress atau kecemasan sosial, dan partisipasi dalam aktivitas sosial. FOMO merupakan suatu kecemasan sosial yang muncul akibat kemajuan teknologi, informasi, dan media sosial yang semakin meningkat. Individu yang mengalami FOMO cenderung menunjukkan emosi negatif, seperti perasaan sedih, marah, gelisah, dan tidak aman. Mereka juga cenderung mengecek media sosial secara terus-menerus, merasa takut kehilangan informasi terbaru, gelisah ketika tidak menggunakan internet, dan merasa tidak aman karena internet. Tingginya frekuensi penggunaan media sosial juga dapat menjadi indikator FOMO, karena menunjukkan tingkat kecemasan seseorang jika tertinggal informasi di media sosial. Selain itu, FOMO juga terkait dengan ketakutan,

⁷⁷ Salma Nadzirah, Wahidah Fitriani, Putri Yeni, "Dampak Sindrom FOMO Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja", *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol 10 Nomor 01 (2022), 54-60.

kekhawatiran, dan kecemasan, serta dapat memengaruhi partisipasi dalam aktivitas sosial dan menyebabkan rendahnya kepuasan hidup. Beberapa cara untuk mengatasi FOMO antara lain adalah dengan berpikir positif, membatasi penggunaan media sosial, dan melakukan meditasi.⁷⁸

Fear Of Missing Out (FOMO) memiliki 4 indikator yang digunakan untuk mengukur pengaruh FOMO terhadap sikap investasi mahasiswa, yaitu sebagai berikut :

- a) Aktivitas media sosial, pengukuran frekuensi, durasi, atau jenis interaksi yang dilakukan seseorang di platform media sosial. Dalam hal ini bisa termasuk jumlah posting, waktu yang dihabiskan di media sosial, atau jenis konten yang sering dilihat atau disukai.
- b) Penggunaan teknologi, penilaian terhadap seberapa sering seseorang menggunakan perangkat teknologi seperti smartphone, tablet atau laptop untuk tetap terhubung atau terlibat dengan aktivitas yang terjadi.
- c) Stres atau kecemasan sosial, pengukuran tingkat stres atau kecemasan yang mungkin muncul ketika seseorang merasa tertinggal atau tidak terlibat dalam aktivitas tertentu yang dianggap penting oleh orang lain.
- d) Partisipasi aktivitas sosial, pengukuran tingkat keterlibatan atau partisipasi dalam kegiatan sosial atau acara tertentu yang didorong oleh kekhawatiran akan ketinggalan.

2) Aspek-Aspek FOMO

Menurut Przybylski, Murama, Dehann, & Gladwell aspek-aspek FOMO yaitu:

⁷⁸ Lisy Septiani Putri, Dadang Hikmah Purnama, Abdullah Idi, "Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap Fear Of Missing Out Di Kota Palembang", Jurnal Masyarakat & Budaya, Volume 21 No. 2 Tahun 2019. 129.

- a) Ketakutan, ketakutan adalah keadaan emosional yang timbul padaseseorang yang merasa terancam ketika seseorang sedang terhubung atau tidak terhubung pada suatu kejadian, dan pengalaman.
- b) Kekhawatiran, kekhawatiran adalah perasaan tidak diterima oleh lingkaran sosial yang membuat individu berusaha untuk menampilkan citra diri yang sesuai dengan lingkaran sosialnya yang luas.
- c) Kecemasan, kecemasan adalah banyaknya informasi disosial media membuat individu merasa ingin terus mengakses sosial media untuk terus terhubung dengan orang lain.

Sedangkan menurut JWT Intelligence berikut merupakan aspek-aspek *Fear Of Missing Out* (FOMO), yaitu:

- a) Perasaan takut kehilangan terhadap informasi terbaru yang ada di internet. Perasaan ini akan muncul ketika individu tidak mendapatkan informasi apapun di internet maupun media sosial.
- b) Perasaan gelisah atau gugup ketika tidak menggunakan internet sedangkan orang lain menggunakannya. Jika individu yang mengalami FOMO maka ia tidak ingin ketinggalan apapun melebihi individu yang lainnya.
- c) Perasaan tidak aman karena tertinggal informasi yang tersebar di internet. Individu pada aspek ini akan tergantung terhadap media sosial atau internet, yang mana individu sudah menyerah pada kenyamanannya tersebut.⁷⁹

⁷⁹ Zaitin Humaira, Skripsi : “Hubungan Kontrol Diri Dengan Kecenderungan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Pada Mahasiswa Uin Ar-Raniry Banda Aceh” (Aceh, UIN Ar-Raniry, 2022), Hal 13-14.

3) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Menurut JWT Intelligence terdapat beberapa faktor yang dianggap mempengaruhi terjadinya *Fear Of Missing Out* (FOMO), yaitu:

- a) Keterbukaan informasi di media sosial Fitur-fitur yang disediakan dalam media sosial menjadikan kehidupan semakin terbuka mengingat mudahnya masyarakat untuk membagikan kegiatan sehari-hari mereka.
- b) Usia Berdasarkan survey yang dilakukan JWT Intelligence (2012) rentang usia 13-33 Tahun memiliki level FOMO tertinggi.
- c) *Social one-upmanship* Berdasarkan kamus daring Merriam-Webster, *social one-upmanship* merupakan perilaku dimana seseorang berusaha untuk melakukan sesuatu seperti perbuatan, perkataan atau mencari hal lain untuk membuktikan bahwa dirinya lebih baik dibandingkan orang lain.
- d) Peristiwa yang disebarkan melalui fitur *hashtag* Penggunaan fitur *hashtag* (#) bertujuan untuk mempermudah pengguna media sosial untuk mengetahui kejadian yang sedang marak dibicarakan. Ketika lingkungan sosial individu banyak menggunakan *hashtag* yang sama untuk menandai suatu kegiatan, inidividu akan merasa tertinggal ketika tidak menjadi bagian dari kegiatan tersebut.⁸⁰
- e) Kondisi deprivasi relatif Deprivasi relatif adalah kondisi yang menggambarkan perasaan ketidakpuasan seseorang saat membandingkan kondisinya dengan orang lain. Individu biasanya melakukan penelitian atas dirinya dengan cara membandingkan dengan orang lain. Perasaan

⁸⁰ Ibid

missing out dan tidak puas dengan apa yang dimiliki, muncul ketika para penggunanya saling membandingkan kondisi diri sendiri dengan orang lain di media sosial.

- f) Banyak stimulus untuk mengetahui suatu informasi Di zaman yang serba digital saat ini, sangat memungkinkan seseorang untuk terus dibanjiri dengan topik-topik menarik tanpa perlu adanya usaha keras untuk mendapatkannya. Di sisi lainnya munculnya stimulus-stimulus yang ada mengakibatkan keingintahuan untuk tetap mengikuti perkembangan terkini. Keinginan untuk terus mengikuti perkembangan terkini merupakan salah satu faktor yang dapat memunculkan *Fear Of Missing Out* (FOMO).

4) Dampak FOMO

Dampak atau efek buruk FOMO yakni tidak puas dengan kehidupan sendiri, menggunakan gadget saat berjalan dan berkendara, tidak bisa sepenuhnya menikmati kebersamaan di dunia nyata, gangguan tidur. Menurut School of Social Sciences, Fakultas Psikologi, Nottingham Trent University, Inggris, bahaya FOMO adalah membiarkan seseorang bertindak di luar keadilan di media sosial.

Anak muda yang mengalami FOMO tidak hanya takut ketinggalan berita media sosial, tetapi juga sengaja memposting atau mempromosikan diri sendiri gambar dan postingan yang belum tentu benar karena dianggap update. Ironisnya, banyak yang menganggap ini hanya sensasi dan keberuntungan media sosial disalah pahami. FOMO akibat dari kecanduan pada media sosial ini lah yang sering tidak disadari, sebenarnya manusia butuh asupan interaksi langsung, pemahaman apa yang dilihat itu tak semudah dijalalani dan tak seindah yang dibayangkan.

5) Antisipasi Gejala FOMO

Gejala FOMO dapat diantisipasi atau dipulihkan, yaitu dengan cara sebagai berikut :

a) Fokus pada kelebihan diri sendiri.

Menyadari ketidakmampuan diri sebagai manusia untuk selalu bisa mengikuti semua perkembangan teknologi. Fokus pada kelebihan diri sendiri menjadi pilihan terbaik dengan terus meningkatkan kualitas diri, memiliki keyakinan diri terhadap kasih-sayang Allah, karena dengan kasih-sayang-Nya Allah bisa memberikan apa saja yang Dia kehendaki berupa kesuksesan dan kebahagiaan

b) Hargai diri sendiri

Banyak hal baik yang dapat dikerjakan dalam hidup. Fokus pada apa yang sedang dikerjakan dinilai dapat membuat percaya diri kita semakin meningkat. Kita selalu diingatkan oleh Allah untuk teguh hati jangan berputus asa, terus berjuang membangun moralitas yang tinggi jangan menyia-nyiakan hidup yang singkat ini dengan merasa selalu kurang

c) Membatasi penggunaan media sosial dan gadget.

Sosial media merupakan penyebab utama seseorang terkena FOMO. Ia dapat mempengaruhi pikiran dan lintasan hati kita terhadap orang lain; selalu merasa tidak pernah puas dengan apa yang kita punya. Dengan membatasi penggunaan sosial media diharapkan dapat mengurangi kecemasan yang ada dan mulai belajar fokus terhadap diri dan lingkungan sekitar

d) Bangun koneksi.

Manusia merupakan makhluk sosial penting untuk terus menjalin hubungan sosial, menjaga silaturahmi; berkunjung dan berkomunikasi

(ittaqul arham). Perasaan FOMO akan hilang jika kita berbaur dengan orang lain di dunia nyata. Daripada sibuk membandingkan diri dengan orang lain secara online, sebaiknya mencoba untuk melebarkan relasi. Dengan bergaul secara real, dan justru hal ini bisa tahu apa yang benar-benar mereka alami dan rasakan. Apa yang mereka alami dibalik sosial medianya. Jadi, hal ini bisa dipertimbangkan jika merasa iri dengan kehidupan mereka

e) Ubah Persepsi

Banyak peneliti yang menyebutkan bahwasannya *Fear Of Missing Out* itu merupakan salah satu bentuk pemikiran distorsi. Pemikiran distorsi ialah pola pikir irasional yang dapat menyebabkan depresi dan gangguan mental lainnya. Contohnya, kamu bisa saja punya pikiran bahwa teman-temanmu membicarakan kekuranganmu ketika mereka berkumpul tanpa kamu. Untuk merubah pemikiran distorsi menjadi pikiran yang positif, dapat diarahkan untuk melakukan langkahlangkah ekstra. Jika memang diperlukan, dapat melakukan “puasa” sosial media selama kurun waktu. Hal ini dapat mengontrol pikiran untuk tidak memikirkan halhal negatif yang tidak penting. Terakhir, hal yang dapat dilakukan dengan mempertimbangkan untuk mencari bantuan professional untuk pemulihan.

d. Aspek *Prudential*

1) Definisi Aspek *Prudential*

Prudential, diartikan kedalam bahasa inggris berarti “bijaksana”. Aspek *Prudential* disebut juga sebagai aspek kehati-hatian merupakan suatu cara perbankan untuk meningkatkan perlindungan

dengan cara efisien, sehat dan wajar dalam persaingan yang sehat dan mengglobal guna menyalurkan dana masyarakat ke bidang yang produktif guna perlindungan dana masyarakat.⁸¹ Menurut A.C. Page dan R.B. Ferguson, pengertian kata "*Prudential*" dalam "*The Prudent Man Rule*" adalah bahwa siapapun yang mengelola suatu investasi untuk kepentingan pihak lain harus selalu bertindak hati-hati dan merasa terikat secara moral dengan pihak tersebut. Untuk mencapai kepuasan, aspek kehati-hatian juga harus diterapkan sebagai perilaku.⁸²

Menurut Veithzal Rivai dalam bukunya "*Islamic Financial Management*", konsep dan penerapan pedoman praktis bagi lembaga keuangan, nasabah, praktisi dan mahasiswa menjelaskan bahwa prinsip kehati-hatian adalah prinsip untuk melindungi keuangan dari berbagai masalah dengan cara mengenal pelanggan secara menyeluruh, melalui identitas calon pelanggan, dokumentasi pendukung untuk informasi prospek, dan banyak lagi.⁸³

2) Dasar Hukum

- a) Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 "Bank wajib memelihara tingkat kesehatan bank sesuai dengan ketentuan mengenai kecukupan modal, kualitas aktiva, kualitas manajemen, likuiditas, rentabilitas, solvabilitas, dan aspek lain yang berkaitan dengan usaha bank, serta wajib menjalankan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip

⁸¹ Rachmadi Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Di Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 62

⁸² Riadhani Salihah, "Determinants of CGPI Score," *None* 6, no. 1 (n.d.), 67.

⁸³ Rivai H Veithzal and Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management: Teori, Konsep, Dan Aplikasi Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi, Dan Mahasiswa* (PT Raja Grafindo Persada, 2008), 617.

kehati-hatian,” bunyi pasal 2 UU Nomor 10 Tahun 1998 yang merupakan perubahan atas UU Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Dalam hal ini disebutkan bahwa perbankan Indonesia berlandaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian.⁸⁴

- b) Undang-undang Nomor 3 Tahun 2004 Tanggung jawab tersebut dituangkan dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004 tentang perubahan Undang-undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia (selanjutnya disebut Undang-Undang Bank Indonesia), yang bertujuan untuk menyempurnakan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan menyempurnakan sistem pembayaran, dan menetapkan peraturan untuk pengawasan perbankan. Bank Indonesia wajib memberikan perlindungan hukum kepada nasabahnya terhadap perbuatan yang merugikan selain melaksanakan.

3) Penerapan Aspek *Prudential* di Lembaga Keuangan

Berkenaan dengan prinsip kehati-hatian perbankan (*Prudential banking principles*) dalam Undang-Undang Perbankan dan Undang-Undang Perbankan Syariah, prinsip kehati-hatian dapat dilihat dari perspektif yang berbeda, yaitu :

- a) Bank harus menerapkan prinsip kehati-hatian sebagai lembaga keuangan perbankan, bisnis, dan proses serta cara menjalankan kegiatan bisnis. Ini terkait dengan kewajiban bank dalam menerapkan prinsip kehati-hatian telah melekat sejak bank didirikan. Perbankan dalam bentuk Perseroan Terbatas, maka semua persyaratan

⁸⁴ S H Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia: Edisi 3* (Prenada Media, 2020), 116.

yang dibutuhkan dalam pendirian bank adalah regulasi terkait Perseroan Terbatas. Selain itu, prinsip kehati-hatian harus diterapkan dalam proses dan prosedur yang digunakan dalam aplikasi bank atau prosedur operasi standar. Prinsip kehati-hatian harus ditransfer ke bank yang mengikuti semua aturan yang berlaku ketika membangun, dan mengoperasikan bisnisnya;

- b) Menerapkan prinsip kehati-hatian dalam pemberian pinjaman (kredit), bertujuan untuk mengarahkan nasabah agar nantinya tidak terjadi masalah atau gagal bayar. Penerapan prinsip kehati-hatian dalam pemberian pinjaman (kredit), bertujuan untuk mengarahkan nasabah agar nantinya tidak terjadi masalah atau gagal bayar. Penerapan prinsip kehati-hatian menggarisbawahi bahwa tujuan bank untuk mencapai tingkat kesehatan bank yang disyaratkan. Penerapan prinsip kehati-hatian pada pinjaman dimaknai untuk menilai karakter, kapasitas, modal, jaminan, dan kinerja bisnisnya sebelum memberikan fasilitas kredit kepada nasabah. Secara formal, penerapan prinsip kehati-hatian didefinisikan dengan cermat dalam menentukan calon peminjam atau nasabah; dan
- c) Penerapan prinsip kehati-hatian oleh bank dilakukan untuk menghindari kerugian bank dan untuk melindungi kepentingan konsumen (nasabah penyimpan) yang menyerahkan uang mereka kepada bank. Maka dari itu bank wajib memastikan bahwa semua tindakan hukum yang diambil oleh bank mematuhi semua ketentuan hukum dan peraturan yang berlaku (kepatuhan/*regulatory compliance*).

Sebagai lembaga keuangan yang banyak dipercaya, perbankan tentunya memiliki sistem operasi yang professional. Sistem kerja profesional ini, maka bank akan mendapat manfaat besar dari lembaga keuangan lainnya, namun agar lebih menguntungkan, bank perlu mengontrol aliran kredit ke nasabah “lebih sensitif”. Salah satu jenis sensitifitas ditunjukkan oleh prinsip-prinsip 5C dan 7P. 5C pada dasarnya adalah singkatan untuk *Character, Capacity, Capital, Condition, Collateral* yang berarti karakter, kapasitas, modal, status, jaminan. Penjelasan sebagai berikut:

- a) *Character*, yang berarti sifat, kebiasaan, dan watak nasabah memiliki dampak besar pada pemberian pinjaman atau kredit. Prinsip ini diterapkan pada saat wawancara antara pihak bank dan nasabah yang mengajukan permohonan kredit untuk mengetahui kepribadian nasabah, termasuk latar belakang, kebiasaan hidup, dan gaya hidup nasabah mereka. Inti dari prinsip *character* adalah untuk mencari tahu atau menilai apakah nasabah bisa dipercaya (potensial) dalam melakukan kerja sama dengan perbankan melalui perjanjian kredit;
- b) *Capacity*, adalah prinsip yang menilai nasabah dalam kemampuannya mengembalikan dana nantinya. Untuk mengukurnya, pemberi pinjaman atau perbankan dapat memeriksa kemampuan nasabah dalam manajemen, keuangan, pemasaran dan bidang lainnya apabila terkait dengan usaha;
- c) *Capital*, ini terkait dengan keadaan kepemilikan aset dan kekayaan, terutama bagi nasabah yang memiliki bisnis usaha. *Capital* ditentukan oleh laporan keuangan bisnis yang dikelola oleh nasabah, sehingga dengan

penilaian, bank menentukan apakah nasabah layak menerima kredit atau tidak, jika layak maka dengan prinsip ini bank akan menentukan berapa banyak bantuan kredit yang diberikan;

- d) *Collateral*, prinsip ini terkait jaminan yang digunakan dalam pengajuan kredit. Adanya jaminan adalah sebagai tindakan pencegahan jika nasabah tidak dapat membayar kembali pinjaman atau kredit. Biasanya nilai agunan lebih tinggi dari jumlah pinjaman. Bank harus lebih mampu menilai atau menilai aset yang dimiliki oleh calon nasabah untuk digunakan sebagai jaminan. Karena itu bank tidak akan mengalami kerugian dari nasabah yang tidak mampu membayar kembali uang ini. Seringkali nilai agunan atau agunan lebih besar dari pinjaman atau pinjaman yang diberikan oleh peminjam. Prinsip ini perlu diperhatikan bagi nasabah apabila mereka tidak dapat memenuhi kewajibannya atau mengembalikan pinjaman dana dari pihak bank. Maka sesuai dengan ketentuan yang ada, pihak bank bisa saja menyita aset yang telah dijanjikan sebelumnya sebagai sebuah jaminan; dan
- e) *Condition of Economy*, terkait situasi keuangan di sekitar tempat tinggal calon nasabah kredit harus dipertimbangkan untuk memperhitungkan kondisi keuangan yang mungkin terjadi di masa depan. Kondisi ekonomi yang perlu dipertimbangkan termasuk daya beli masyarakat, ukuran pasar, persaingan, pengembangan teknologi, bahan baku, pasar modal dan sebagainya. Selain itu, untuk memperlancar kerjasama dari kedua belah pihak, maka penting adanya untuk

memperlancar komunikasi antara pihak nasabah kredit dengan pihak perbankan.

Selain dari analisis dengan menerapkan prinsip 5C dalam penilaian bank juga dikenal dengan prinsip 7P, adalah sebagai berikut:

- a) *Personality*, kriteria pertama pada prinsip 7P ini adalah kepribadian calon nasabah. Kriteria ini mirip dengan karakteristik prinsip 5C yang dijelaskan di atas, yang melihat keseluruhan kepribadian nasabah dan perilakunya serta perilaku sehari-hari yang juga mencakup sikap, emosi, tingkah laku, dan tindakan nasabah dalam menghadapi masalah;
- b) *Party*, prinsip kedua dalam 7P adalah party, di mana calon nasabah peminjam dikategorikan ke dalam beberapa kelompok yang berkaitan dengan status keuangan mereka. Perbankan mengklasifikasikan pelanggan berdasarkan modal kepemilikan, kepribadian, loyalitas dan sebagainya. Dengan klasifikasi dan kelas yang berbeda, maka terdapat perbedaan dalam penyediaan fasilitas kredit;
- c) *Purpose*, kriteria ketiga adalah tujuan atau purpose, yaitu tujuan calon peminjam dalam mengajukan pinjaman ke lembaga keuangan. Bank perlu mengetahui dana apa yang akan digunakan, misalnya modal usaha, investasi, biaya pendidikan atau aktivitas konsumsi. Ini juga sejalan dengan bank atau lembaga keuangan, seperti fokus bank pada manajemen portofolio, yang paling cocok untuk klien yang mengajukan pinjaman bisnis;
- d) *Prospect*, adalah aspek menentukan apakah bisnis klien layak atau tidak. Hal terpenting terkait fasilitas kredit adalah jika perbankan mendanai nasabah tanpa masa depan (*prospect*), maka tidak hanya perbankan yang

dirugikan tetapi juga nasabah selaku konsumen, untuk itu perbankan pun dapat memprediksi bagaimana perkiraan kemampuan bayar dari nasabah;

- e) *Payment*, kriteria kelima ini, yang masih relevan dengan kriteria sebelumnya, bertujuan untuk mengukur kapasitas pembayaran calon peminjam atau nasabah kredit. Prinsip pembayaran dapat dinilai dari sumber pendapatan nasabah, kelancaran bisnis dan masa depan bisnis. Dengan cara ini, perbankan dapat menentukan apakah pelanggan benar-benar dapat membayar kreditnya atau tidak;
- f) *Profitability*, kriteria keenam terkait profitabilitas, di mana perbankan memeriksa kemampuan nasabahnya untuk menghasilkan laba. Seperti beberapa kriteria sebelumnya, kriteria ini lebih spesifik untuk nasabah yang meminjam untuk kebutuhan bisnis mereka. Semakin tinggi profitabilitas calon peminjam, semakin tinggi kemungkinan bahwa pinjaman yang diusulkan akan disetujui oleh bank;
- g) *Protection*, tidak jauh berbeda dari standar jaminan dalam Prinsip 5C, perlindungan standar ini juga mendapat manfaat dari jaminan yang ditawarkan oleh calon peminjam. Selain agunan (*collateral*) dalam bentuk properti seperti kepemilikan rumah atau aset perusahaan, perlindungan ini juga dapat terdiri dari pembiayaan jaminan asuransi yang dimiliki nasabah.⁸⁵

⁸⁵ Debora Damanik, Paramita Prananingtyas, “*Prudential Banking Principles Dalam Pemberian Kredit Kepada Nasabah*”, *NOTARIUS*, Volume 12 Nomor 2 (2019)

e. Implikasi Pandangan Islam Mengenai *Flexing*, FOMO dan Aspek Prudential

1) Implikasi Pandangan Islam Mengenai Fenomena *Flexing*

Prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam memiliki pedoman yaitu Al Quran dan Hadits. Akan menjadi sebuah problem ketika konsumsi yang dilakukan seorang muslim keluar dari koridor kaidah Islam. Apalagi didalam Al Quran dan Hadits terdapat batasan-batasan seorang mukmin dalam bertindak dan berperilaku, tidak terkecuali yang berkaitan dengan perilaku pamer kemewahan (*flexing*). *Flexing* juga dianggap tidak sejalan prinsip kesederhanaan dan menjauhi sifat sombong yang selalu dicontohkan oleh Rasulullah saw. Seperti hadist Rosulullah saw berikut ini :

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ عَيْسَى حَدَّثَنَا أَبُو عَوَانَةَ ح وَحَدَّثَنَا مُحَمَّدُ
 يَعْنِي ابْنَ عَيْسَى عَنْ شَرَعْمَانَ بْنِ أَبِي زُرْعَةَ عَنْ الْمُهَاجِرِ
 الشَّامِيِّ عَنْ ابْنِ عُمَرَ قَالَ فِي حَدِيثِ شَرِيكَ يَرْفَعُهُ قَالَ مَنْ
 لَبَسَ ثَوْبَ شَهْرَةَ أَلْبَسَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ثَوْبًا مِثْلَهُ زَادَ عَنْ
 أَبِي عَوَانَةَ ثُمَّ تَلَهَّبَ فِيهِ النَّارُ حَدَّثَنَا مُسَدَّدٌ حَدَّثَنَا أَبُو عَوَانَةَ
 قَالَ ثَوْبَ مَذَلَّةٍ

“Telah menceritakan kepada kami [Muhammad bin Isa] berkata, telah menceritakan kepada kami [Abu Awanah]. (dalam jalur lain disebutkan) Telah menceritakan kepada kami [Muhammad] -yaitu Ibnu Isa- dari [Syarik] dari [Utsman bin Abu Zur'ah] dari [Al Muhajir Asy Syami] dari [Ibnu Umar] perawi berkata: dalam hadits Syarik yang ia marfu'kan ia berkata, "Barangsiapa memakai baju kemewahan (karena ingin dipuji), maka pada hari kiamat Allah akan mengenakan untuknya baju semisal. Ia

menambahkan dari Abu Awanah, "lalu akan dilahab oleh api neraka." Telah menceritakan kepada kami [Musaddad] berkata, telah menceritakan kepada kami [Abu Awanah] ia berkata, "Yaitu baju kehinaan." (HR. Abu Daud No. 3511).

Terlebih lagi ketika kita bicara tentang maraknya media sosial ditengah masyarakat, maka tak dapat dipungkiri bahwa media sosial dimanfaatkan oleh sebagian orang yang memiliki niat jahat untuk memanfaatkan orang lain demi kepentingan pribadinya. Sehingga tidak mengherankan jika *flexing* juga bisa dikaitkan dengan kejahatan penipuan, dimana seseorang pura-pura kaya dan tampil serba mewah demi membuat orang lain tertarik untuk mengikuti jejaknya dan pada akhirnya terjebak pada sebuah bisnis yang diharamkan dalam Islam seperti perjudian. Apalagi bagi orang-orang yang terhimpit masalah ekonomi, mereka akan tergoda untuk memperoleh kekayaan dengan cara instan padahal itu hanyalah kamufase dan fatamorgana belaka. Penipuan semacam ini sangat dilarang dalam pandangan Islam, sebagaimana yang tertuang dalam hadits : "Barangsiapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang berbuat makar dan pengelabuan, tempatnya di neraka" (HR. Ibnu Hibban 2: 326).⁸⁶

2) Implikasi Pandangan Islam Mengenai FOMO

Dalam Al-Qur'an ada banyak ayat yang didalamnya membicarakan perasaan takut, cemas, ataupun khawatir yakni indikator dari FOMO yang terdapat dalam Al-Quran surat al-baqarah ayat 155:

⁸⁶ Syarifah Fatimah, Oggy Maulidya Perdana Putri, "*Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam*", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 9 Nomor 01, (2023).

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ
الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ ۗ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ ﴿١٥٥﴾

Artinya: “Dan sungguh kami akan berikan cobaan kepadamu dengan sedikit ketakutan kelaparan kekurangan harta jiwa dan buah-buahan dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar”. (QS.Al-Baqarah:155).

Dengan penjelasan ayat al-qur’an diatas, FOMO tidak sesuai dengan nilai-nilai produsen social dalam islam. Al-Qur’an menyarankan bagi para muslim untuk berperilaku seimbang antara kehidupan dunia dan akhirat.

3) Aspek Prudential Dalam Perspektif Islam

Aspek *prudential* secara umum diperbolehkan secara agama Islam, hal itu tertuang kedalam Al-Quran Surat Al-Maidah:49.

وَأَنِ احْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ
وَاحْذَرُهُمْ أَن يَفْتِنُوكَ عَنْ بَعْضِ مَا أَنزَلَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ
فَإِن تَوَلَّوْا فَاَعْلَمَ أَنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ أَن يُصِيبَهُمْ
بِبَعْضِ
ذُنُوبِهِمْ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ النَّاسِ لَفَاسِقُونَ ﴿٤٩﴾

Artinya : “Dan hendaklah engkau memutuskan perkara di antara mereka menurut apa yang diturunkan Allah, dan janganlah engkau mengikuti keinginan mereka. Dan waspadalah terhadap mereka, jangan sampai mereka memperdayakan engkau terhadap sebagian apa

yang telah diturunkan Allah kepadamu. Jika mereka berpaling (dari hukum yang telah diturunkan Allah), maka ketahuilah bahwa sesungguhnya Allah berkehendak menimpakan musibah kepada mereka disebabkan sebagian dosadosa mereka. Dan sungguh, kebanyakan manusia adalah orang-orang yang fasik.”

Tujuan umum dari aspek kehati-hatian adalah untuk menjaga keamanan, kesehatan, dan stabilitas sistem perbankan. Pada sektor yang lebih terbatas yaitu sektor keuangan, prinsip kehati-hatian dimaksudkan untuk menjaga keamanan, kesehatan, dan pengembalian yang layak bagi calon mitra/debitur.

B. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah/ belum tentu benar, sehingga perlu diuji secara empiris. Adapun perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Fenomena *Flexing* Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa

Flexing merupakan perilaku suka pamer yang sering dikaitkan dengan gaya hidup instan untuk mencapai kekayaan dengan jargon semua mudah, uang, kemewahan, saya bisa dan anda juga bisa.⁸⁷ Mengacu pada kamus Merriam-Webster, *Flexing* memiliki arti memamerkan sesuatu atau yang dimiliki seseorang secara mencolok. Selain itu dalam ilmu ekonomi, perilaku *Flexing* memiliki pandangan sebagai sikap konsumtif yang mencolok, menghamburkan uang untuk membeli barang-barang mewah atau layanan premium demi menunjukkan status atau kemampuan finansial.⁸⁸ Sedangkan

⁸⁷ Bonar Hutapea, *Flexing: A Narcissistic Behaviour?* (Jakarta Barat: Tarumanagara University, 2022), 40.

⁸⁸ Hotniati Simamora, “Solusi Cerdas Dalam Berinvestasi,” *MABIS* 13, no. 1 (2022), 102.

sikap investasi dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian individu terhadap suatu perilaku keuangan atau sumber daya lain yang akan dibuat di masa depan dengan harapan mendapat manfaat.

Berdasarkan penelitian dari Ketut Putu Oki Murjana dan Ni Kadek Sinarwati yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Tentang *Flexing* dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi”, menghasilkan temuan yang menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap efek *Flexing* menjadi substansial dan sejalan dengan harapan mereka. Persepsi mahasiswa terhadap *Flexing* berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.⁸⁹ Hal ini terlihat bahwa fenomena *Flexing* memiliki pengaruh terhadap sikap dan minat seseorang dalam melakukan investasi.

Lalu, dalam penelitian M.Aditya Wijaya yang berjudul “Pengaruh Fenomena *Flexing* Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek *Prudential* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Generasi Z Di Kota Bandar Lampung)” menghasilkan temuan berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan oleh peneliti, memperoleh kesimpulan pada hipotesis pertama bahwa fenomena *Flexing* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap investasi.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 = Fenomena *Flexing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap investasi mahasiswa.

2. Pengaruh fenomena *Flexing* terhadap sikap investasi mahasiswa yang dimoderasi dengan aspek *Prudential*

Sikap adalah penilaian terus menerus dari seseorang, perasaan, atau kecenderungan untuk bertindak menuju tujuan atau ide tertentu. Oleh karena itu, sikap berperan dalam menentukan bagaimana seseorang bereaksi terhadap suatu

⁸⁹ Murjana and Sinarwati, “Persepsi Mahasiswa Tentang *Flexing* Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi.”

objek.⁹⁰ Menurut Schiffman dan Kanuk, Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk berperilaku dengan cara yang secara konsisten menguntungkan atau tidak menguntungkan sehubungan dengan objek yang diberikan.⁹¹

Sikap adalah kecenderungan untuk bertindak yang dihasilkan dari belajar dengan niat yang konsisten, menunjukkan perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu objek. Sedangkan, menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 71 Tahun 2016, menjelaskan bahwa aspek kehati-hatian (*Prudential*) adalah suatu prinsip yang menyatakan bahwa perusahaan wajib bersikap hati-hati dalam melindungi data nasabah yang dipercayakan kepadanya untuk meminimalkan terjadinya risiko kerugian akibat investasi yang dilakukan kepada perusahaan sehingga perusahaan agar selalu sehat, likuid dan solven.

Penelitian terkait fenomena *Flexing* terhadap aspek *Prudential*. Menurut penelitian Ma'rifatul Khasanah, menunjukkan bahwa prinsip kehati-hatian (*Prudential banking*) dengan aspek leadership sebagai penguat dalam upaya meminimalisir kredit bermasalah pada BRI Syariah. Dalam hal ini, prinsip kehati-hatian sangat berpengaruh terhadap pembiayaan nasabah.⁹² Lalu penelitian yang dilakukan oleh Toto Octaviano Dendhana, menunjukkan bahwa Bank dalam kegiatan operasional perbankannya harus menerapkan prinsip kehati-hatian (*Prudential banking*) dimana prinsip kehati-hatian dalam mengelola dan menjalankan aktivitas perbankan sehari-hari, bertujuan untuk menjaga kesehatan bank. Manfaat dengan diterapkannya prinsip kehati-hatian bank, yaitu: (1) Bagi bank pelaksana, dalam melakukan usahanya akan melindungi kepentingan nasabah penyimpan dana khususnya, dapat memberikan

⁹⁰ Achmad Choerudin, "Peranan Sikap Dan Persepsi Risiko Dalam Investasi Saham: Studi Behavioral Finance" (n.d.), 54.

⁹¹ G Schiffman Leon and Leslie Lazar Kanuk, "Consumer Behavior," *Enggleword Cliffs, NJ: Prebtice Hall*, 2004.

⁹² Ma'rifatul Hasanah, Penerapan Prinsip Ke Hati-Hatian (*Prudential Banking*) Dengan Aspek *Leadership* Sebagai Penguat Dalam Upaya Meminimalisir Kredit Bermasalah Pada Brisyariah Kcp Jombang, (Tesis, Unipdu, 2019).

pelayanan jasa perbankan yang cepat, murah dan aman sehingga akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut sebagai bank yang benar-benar prudent dan solid; (2) Manfaat bagi nasabah, yaitu nasabah dapat memperoleh pelayanan jasa perbankan yang aman, cepat dan menguntungkan bagi transaksinya disamping nasabah akan terbebas dari perasaan was-was, akan nasib simpanannya akibat ditutupnya bank; (3) Manfaat bagi pemerintah; untuk stabilitas moneter.⁹³

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H2 = Aspek *Prudential* memoderasi hubungan antara fenomena *Flexing* terhadap sikapinvestasi mahasiswa.

3. Pengaruh Fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa

FOMO atau *Fear Of Missing Out* ialah timbul cemas terhadap perasaan "tertinggal" sebab kurangnya update informasi. Kamus Oxford menjelaskan pengertian tentang *Fear Of Missing Out* (FOMO) merupakan suatu bentuk kecemasan terhadap adanya peristiwa menarik yang terjadi di tempat lain. Kecemasan yang terjadi ini terstimulasi oleh hal-hal yang ditulis di dalam media sosial seseorang. FOMO merupakan istilah unik yang diperkenalkan pada Tahun 2004 untuk menggambarkan fenomena yang sedang populer di situs jejaring sosial. FOMO juga dapat diartikan sebagai perasaan tidak tenang atau tidak nyaman ketika tertinggal informasi terbaru yang terlebih dahulu diketahui oleh orang lain atau bahkan ketika orang lain mendapatkan sesuatu yang lebih baik. Fenomena FOMO ialah fenomena di mana seseorang merasa takut untuk tertinggal berita terbaru, takut merasa tidak update.⁹⁴

⁹³ Toto Octaviano Dendhana, "Penerapan Prudential Banking Principle Dalam Upaya Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Penyimpan Dana", *Lex Et Societatis*, Vol.I, No.1, 2013.

⁹⁴ Ellynda Kusuma Anggraeni, "Fear of Missing Out (FOMO) Ketakutan Kehilangan Momen", Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2021).

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Fajar Prasetyo Aji, Susi Astuti, menunjukkan hasil penelitian kecemasan akibat fear out of missing (FOMO) menyebabkan seseorang tidak bisa membedakan pilihan logis dan pilihan yang dipengaruhi pilihan orang lain, hasil penelitian ini disimpulkan variabel analisis teknikal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi di pasar modal, variabel psikologi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi di pasar modal, variabel money management berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi di pasar modal.⁹⁵ Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Cherina Pancha Resyitaa, Rahmawati Khoiriyah, menunjukkan bahwa pengaruh digitalisasi dalam keputusan investasi bisa terjadi karena *Fear Of Missing Out* (FOMO), karena hal ini mampu membuat orang terjebak atau mengikuti gaya orang lain yang mengakibatkan mampu membuat kesalahan dalam pengambilan keputusan dan cenderung tidak mampu memamanajemen keuangan dengan baik, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.⁹⁶ Kemudian berdasarkan pra survei yang telah dilakukan peneliti, dapat diambil kesimpulan bahwa FOMO memiliki pengaruh terhadap sikap investasi mahasiswa karena cenderung tidak ingin ketinggalan momen atau sesuatu yang sedang tren.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dan pra survei yang dilakukan peneliti, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H3 = Fenomena FOMO memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap investasi mahasiswa.

⁹⁵ Fajar Prasetyo Aji, Susi Astuti, "Pengaruh Analisis Teknikal, Aspek Psikologi dan Money Management Terhadap Keputusan Investasi", *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 11 No. 1, (2023).

⁹⁶ Cherina Pancha Resyitaa, Rahmawati Khoiriyah, "Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi", *Journal of Economics and Business Research* Vol. 2, No. 2 (2023),hal.204-213

4. Pengaruh Fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa di Moderasi Dengan Aspek *Prudential*

Sikap adalah penilaian terus menerus dari seseorang, perasaan, atau kecenderungan untuk bertindak menuju tujuan atau ide tertentu. Oleh karena itu, sikap berperan dalam menentukan bagaimana seseorang bereaksi terhadap suatu objek.⁹⁷ Menurut Schiffman dan Kanuk, Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk berperilaku dengan cara yang secara konsisten menguntungkan atau tidak menguntungkan sehubungan dengan objek yang diberikan.⁹⁸

Sikap adalah kecenderungan untuk bertindak yang dihasilkan dari belajar dengan niat yang konsisten, menunjukkan perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu objek. Sedangkan, menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 71 Tahun 2016, menjelaskan bahwa aspek kehati-hatian (*Prudential*) adalah suatu prinsip yang menyatakan bahwa perusahaan wajib bersikap hati-hati dalam melindungi data nasabah yang dipercayakan kepadanya untuk meminimalkan terjadinya risiko kerugian akibat investasi yang dilakukan kepada perusahaan sehingga perusahaan agar selalu sehat, likuid dan solven.

Penelitian terkait fenomena FOMO terhadap aspek *Prudential*. Menurut penelitian Ma'rifatul Khasanah, menunjukkan bahwa prinsip kehati-hatian (*Prudential banking*) dengan aspek leadership sebagai penguat dalam upaya meminimalisir kredit bermasalah pada BRI Syariah. Dalam hal ini, prinsip kehati-hatian sangat berpengaruh terhadap pembiayaan nasabah.⁹⁹ Lalu penelitian yang dilakukan oleh Toto Octaviano Dendhana, menunjukkan bahwa Bank dalam kegiatan operasional perbankannya harus

⁹⁷ Achmad Choerudin, "Peranan Sikap Dan Persepsi Risiko Dalam Investasi Saham: Studi *Behavioral Finance*" (n.d.), 54.

⁹⁸ G Schiffman Leon and Leslie Lazar Kanuk, "Consumer Behavior," *Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall*, 2004.

⁹⁹ Ma'rifatul Hasanah, "Penerapan Prinsip Ke Hati-Hatian (*Prudential Banking*) Dengan Aspek *Leadership* Sebagai Penguat Dalam Upaya Meminimalisir Kredit Bermasalah Pada Brisyarlah Kcp Jombang", (Tesis, Unipdu, 2019).

menerapkan prinsip kehati-hatian (*Prudential banking*) dimana prinsip kehati-hatian dalam mengelola dan menjalankan aktivitas perbankan sehari-hari, bertujuan untuk menjaga kesehatan bank. Manfaat dengan diterapkannya prinsip kehati-hatian bank, yaitu: (1) Bagi bank pelaksana, dalam melakukan usahanya akan melindungi kepentingan nasabah penyimpan dana khususnya, dapat memberikan pelayanan jasa perbankan yang cepat, murah dan aman sehingga akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut sebagai bank yang benar-benar prudent dan solid; (2) Manfaat bagi nasabah, yaitu nasabah dapat memperoleh pelayanan jasa perbankan yang aman, cepat dan menguntungkan bagi transaksinya disamping nasabah akan terbebas dari perasaan was-was, akan nasib simpanannya akibat ditutupnya bank; (3) Manfaat bagi pemerintah; untuk stabilitas moneter.¹⁰⁰

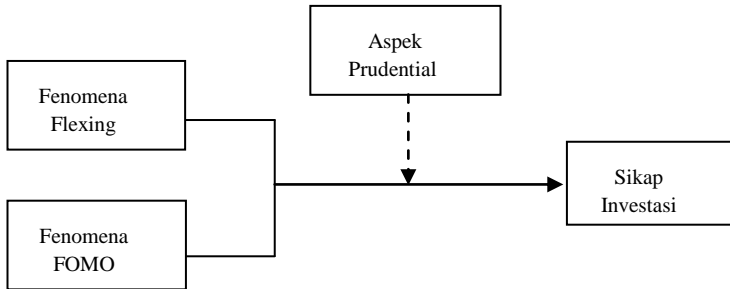
Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H4 = Aspek *Prudential* memoderasi hubungan antara FOMO terhadap sikap investasi mahasiswa.

5. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka konseptual, menggambarkan adanya pengaruh fenomena *Flexing dan FOMO* terhadap sikap investasi, begitupun aspek *Prudential* sebagai memperkuat atau memperlemahnya antara fenomena *Flexing dan FOMO* terhadap sikap investasi. Sehingga uraian tersebut dapat digambarkan kerangka konseptual dalam penelitian ini seperti pada Gambar 2 :

¹⁰⁰ Toto Octaviano Dendhana, "Penerapan Prudential Banking Principle Dalam Upaya Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Penyimpan Dana", *Lex Et Societatis*, Vol.I,No.1,2013.



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran diatas akan menunjukkan atau melihat apakah variabel dependent Sikap Investasi (Y) akan dipengaruhi oleh variabel independent yaitu Fenomena *Flexing* (X1), dan Fenomena FOMO (X2). Kerangka pemikiran di atas, diharapkan dapat mempermudah untuk memahami apa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

Sumber Buku

- Amir, Amri, Junaidi Junaidi, and Yulmardi Yulmardi. *Buku: Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya*. Bandung: IPB Press, 2009.
- Arifin Johar, *Kamus Istilah Pasar Modal, Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, (Gramedia: Jakarta, 1999).
- Bonar Hutapea. *Flexing: A Narcissistic Behaviour?* Jakarta Barat: Tarumanagara University, 2022.
- Didit Herlianto, *Manajemen Investasi Plus Jurusan Mendeteksi Investasi Bodong, Sendangadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta, 55285*, Gosyen Publishing (2013).
- Eduardus Tandelilin. *Dasar-Dasar Manajemen Investasi (Yogyakarta: BPFE) : 110*, 2010.
- Guraika and Damanah. *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan : CV Hira Tech. 2019
- Hermansyah, S H. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia: Edisi 3*. Prenada Media, 2020.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1)*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008
- Rahadi, Rianto dan Mftah farid. *Monograf Analisis Variabel Moderating*. Cetakan Pe. Tasikmalaya: CV. Lentera Ilmu Mandiri, 2021.
- Robbins, Stephen P, and Timothy A Judge. *Perilaku Organisasi Edisi Ke-12*. Salemba Empat. Vol. 11. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Santoso, Singgih. *Mahir Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019.
- Sugiyono., (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta
- Usman, Rachmadi. *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Yusuf, Muhammad, MSi SPi, Lukman Daris, and MSi SPi. Analisis Data Penelitian: Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan. Pt Penerbit Ipb Press, 2019.

Sumber Jurnal

- Adjiwibowo, Alisha D., A.Z. Fauziah, F. Nurnayla, H.T. Dzikra Loen, J.A. Humair. “Fenomena *Flexing* dan FOMO di Instagram : Persepsi Generasi Z terhadap Akun Instagram @siscakohl, @zafiraiha, dan @jeromepolin”. *Jurnal Interaksi Sosiologi*, vol.2.
- Aji, Prasetyo F., Susi Astuti, “Pengaruh Analisis Teknikal, Aspek Psikologi dan Money Management Terhadap Keputusan Investasi”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 11 No. 1, (2023).
- Anggita I, N. Adha, R. Virianita. “Sikap Dan Intensi Pemanfaatan Internet Dalam Kegiatan Bisnis”. Issn : 1978-4333, Vol. 04, No.03 (2018) : 1-3.
- Anggita, Rena., N Adha dan Ratri Virianita, “Sikap dan Intensi Pemanfaatana Internet dalam Kegiatan Bisnis”, *jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia*, Vol 04, Nomor 03 (2010).
- Anggraeni, Ellynda K. “*Fear Of Missing Out (FOMO)* Ketakutan Kehilangan Momen”. Kementrian Keuangan Republik Indonesia (2021).
- Badriatin, Tine., L R Rinandiyana , W S Marino. “Persepsi Risiko dan Sikap Toleransi Risiko terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa”, *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, volume 20 (2022) : 158-159.
- Chandra, Edy, and M Widya Mutiara. “Dampak Stimulus-Respon Konsumen Terhadap Maraknya Gaya Visual Iklan *Flexing* Produk Binomo Budi Setiawan”. *Prosiding Serina* Volume 2, no.1 (2022).
- Choerudin, Achmad. “Peranan Sikap Dan Persepsi Resiko Dalam Investasi Saham: Studi Behavioral Finance,” n.d. : 54.

- Damanik, Debora., P. Prananingtyas. “*Prudential Banking Principles Dalam Pemberian Kredit Kepada Nasabah*”. *Notarius*. Volume 12, no.2 (2019) : 724-727.
- Darmalaksana, Wahyudin. “*Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial*”, *Gunung Djati Conference Series*, Volume 8 (2022) : 413.
- Dendhana, Toto O. “*Penerapan Prudential Banking Principle Dalam Upaya Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Penyimpan Dana*” *Lex at Socieatis* 1, no.1 (2013).
- Fakhri, Nurfitriany, “*Konsep Dasar Dan Implikasi Teori Perbandingan Sosial*”. *Jurnal Psikologi Talenta* Vol. 3 No. 1 (2017).
- Feliciaa, Kevien Alfredob, “*Pengaruh Literasi Keuangan Serta Pendapatan Generasi Z Pada Pengambilan Keputusan Investasi Saham Lq45*”, *JAMAN (Jurnal Akuntansi Manajemen)* Vol 3 No. 3 (2023): 166-175.
- Hanifah, Nur Hidayah, Pranita Siska Utami, “*Pengaruh Faktor Demografi, Family Effect dan Risk Perception terhadap Keputusan Investasi*”, *Borobudur Management Review*, Vol. 2, No. 2 (2022) : 147.
- Harnovinsah, Ana Sopanah, and Rida Perwita Sari. “*Bunga Rampai Akuntansi Publik: Isu Kontemporer Akuntansi Publik.*” *Surabaya: Scopindo Media Pustaka*, (2020) : 173.
- Hotniati Simamora, “*Solusi Cerdas Dalam Berinvestasi,*” *MABIS* 13, no. 1 (2022) : 102.
- Jawade, Hafidz. “*Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana*”. *JCI*. Volume 2, Nomor 1 (2022) : 10-28.
- Justicia, Lisa A, Darmawan and Teuku M. Mansur. “*Penyelesaian Tunggakan Kredit Ringan Dilakukan Dengan Prinsip Kehati-hatian Bank*”. *Syariah Kuala Law Journal* 2 no.2 (2018) : 569-570.
- Kurniawan, Albert. “*Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengelolaan Data Dengan IBM SPSS 22.0)*,” 2014.

- Kurniawan, Muhammad, E Sisdiyanto, U Azmi Mustofa. “Pengaruh *Bid-Ask Spread*, *Market Value* dan *Dividend Payout Ratio* Terhadap *Holding Period* pada Perusahaan Jakarta Islamic Index Periode 2017-2019” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 2022, 607-617
- Leon, G Schiffman, and Leslie Lazar Kanuk. “Consumer Behavior.” *Englewood Cliffs, NJ: Prebtice Hall*, 2004.
- Lestari, Rohmini Indah, and Zaenal Arifin. “Godaan Praktik Binary Option Berkedok Investasi Dan Trading.” *Jurnal Ius Constituendum* 7, no. 1 (2022): 19–31.
- Lioera, Gabriella, Y Kurnia, S Dicky Supriatna, “Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal”, *Media Bisnis* Vol. 14, No. 2, September 2022 :179-188.
- Mahadevi Syifa A., N Asandimitra, “Pengaruh Status Quo, Herding Behaviour, Representativeness Bias, Mental Accounting, Serta Regret Aversion Bias Terhadap Keputusan Investasi Investor Milenial Di Kota Surabaya”, *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 9 Nomor 2, (2021): 779
- Martin Sewell, “Behavioural Finance. University of Cambridge,” *University of Cambride*, 2007, 1.
- MI Hafidzudin. “Definisi Mahasiswa”. BAB II UM Surabaya Repository. (2019)
- Mubarrok, Abdullah. “Keuangan Keprilakuan (Behavioral Finance): Sebuah Overview”. *Permana Jurnal Perpajakan, Manajemen dan Akuntansi* 6, no.2 (2015) .
- Mulawarman, Mulawarman, and Aldila Dyas Nurfitri. “Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan.” *Buletin Psikologi* 25, no. 1(2017): 36–44.
- Murjana, Ketut P,O., N.K Sinarwati. “Persepsi Mahasiswa tentang *Flexing* dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi”. *Jurnal Akuntansi Profesi*. Volume 13, no.3 (2022) : 837-840.
- Mutawally, Faris Wildan, and Nadia Asandimitra. “Pengaruh *Financial Literacy*, *Risk Perception*, *Behavioral Finance* Dan

Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, no. 4 (2019) : 942–53.

Mutmainnah, Ari Fahimatussyam Putra Nusantara. Abdur Rakhman Wijaya. “Fenomena *Flexing* Dalam Ekonomi Islam”. *Econetica*. Volume 5, Nomor 1 (2023) : 30-36.

Nadzirah, Salma, W. Fitriani, Putri Yeni. “Dampak Sindrom FOMO Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja”. *Jurnal Pendidikan Islam*. Volume 10, Nomor 1 (2022) : 54-60.

Nasution, Hamni F. “Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif,” *jurnal iain padang sidimpuan*.

Nyimas Dewi Murnila Saputri, Agung Putra Raneo , Fida Muthia, *The FOMO Phenomenon: Impact on Investment Intentions in Millennial Generation with Financial Literacy as Moderation, Riset & Jurnal Akuntansi*, Volume 7 Nomor 3 (2023) : 1619.

Onsyaputra, Defzi, Muljono Slamet, and Susetyanto Joko. “Penerapan Prinsip Kehati-Hatian (*Prudential Principle*) Dalam Pembiayaan Nasabah Pada Bank Bri Syariah Bengkulu.” Universitas Bengkulu, n.d.

Onsyaputra, Defzi., M. Slamet, and S. Joko. Penerapan Prinsip Kehati-Hatian (*Prudential Principle*) Dalam Pembiayaan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Bengkulu. *Universitas Bengkulu* (n.d.)

Prakoso, Aryo. “Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM se-Eks Karesidenan Besuki”, *Valid Jurnal Ilmiah* Vol.17 No.2 (2020) : 153-154.

Pratama, Okta A., K Purba, J Jamhur, P Bayu Tri Prasetyo. “Pengaruh Faktor Perilaku Investor Saham Terhadap Keputusan Investasi di Bursa Efek Indonesia”, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Volume 7, No. 2 (2020) : 170.

Putri, Septiani L., D Hikmah Purnama, Abdullah Idi, “Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap *Fear Of Missing Out* Di Kota Palembang”, *Jurnal Masyarakat & Budaya*, Volume 21 No. 2 (2019) : 129.

Ramadhani, Shalihah D. “Pengaruh Literasi Keuangan”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP (2019).

- Resyitaa, Cheerina P., Rahmawati Khoiriyah. “Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi”, *Journal of Economics and Business Research* Vol. 2, No. 2 (2023) : 204-213.
- Riadhani Salihah. “Determinans of CGPI Score”. *None* 6 No.1 (n.d) :67
- Rivai H Veithzal and Andria Permata Veithzal. “*Islamic Financial Management: Teori, Konsep, Dan Aplikasi Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi, Dan Mahasiswa* (PT Raja Grafindo Persada). 2008 : 617.
- Rudi Irwansyah Hartini, Muhammad Raditya. “Perilaku Organisasi”. *Widina Bhakti Persada Bandung*, (2021): 56-57.
- Sumarwan, Ujang. Aldi Noviandi, and Kirbrandoko Kirbrandoko, “Analisis Proses Keputusan Pembelian, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik Di Jabotabek (An Analysis of Purchasing Decision, Perceptions and Consumer Attitudes toward Organic Rice in Jabodetabek),” *Jurnal Pangan* 22, no. 2 (2013) : 25.
- Susanto, Afif H., R.Wahyu Anggoro, dan W.Wahyu Winarno. “Pengaruh FOMO, *Technical Analysis Knowledge* dan *Fundamental Analysis Knowledge* terhadap Keputusan Investasi dengan *Financial Behavior* Sebagai Pemoderasi”. *Jurnal Bisnis Manajemen* , Vol 24, no.03 (2022).
- Syarifah, Fatimah, Oggy M P Putri. “*Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam*”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Volume 9, Nomor 01 (2023) : 1204-1212.
- Tannady, Hendy. dkk, “Peran Literasi Keuangan dan Karakteristik Kepribadian Terhadap Keputusan Investasi Gen-Z di Provinsi DKI Jakarta dengan Persepsi Risiko Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Kewarganegaraan* Vol. 6 No. 3 (2022) : 4808.
- Taswiyah. “Mengantisipasi Gejala *Fear Of Missing Out (FOMO)* Terhadap Dampak Social Global 4.0 dan 5.0 Melalui *Subjective Weel-Being* dan *Joy of Missing Out (JoMO)*”. *Jurnal Pendidikan Karakter*. Volume 8, Nomor 1 (2022) : 108-113.

Wulandari Dewi A., and Rr Iramani. “Studi Exoerienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidence and Risk Perception Pada Pengambilan Keputusan Investasi”. *Jurnal of Bussines and Banking* 4, no.1 (2014).

Wulandari, Dicky & M. Santi Budiani. “Hubungan Antara Socia Comparison Dengan Materialisme Pada Pelajar SMK X Di Kota Kediri”. *Charter : Jurnal Penelitian Psikologi*, 07 no.04 (2020) : 121-122.

Yulianti, Indriyanti N., dan N. Hartanti. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan investasi Generasi Z diKota Bekasi”. *Jurnal Ekobistek*, Vol 12, no.2 (2023).

Sumber Skripsi dan Tesis

Arina Zahra Bithana. 2023. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia). UII, Yogyakarta.

Khoirunissa Sekar Utami. 2023. Pengaruh Pemahaman Investasi, Herding Behavior Dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal Syariah. IAIN Curup.

Ma'rifatul Hasanah. 2019. Penerapan Prinsip Ke Hati-Hatian (*Prudential Banking*) Dengan Aspek *Leadership* Sebagai Penguat Dalam Upaya Meminimalisir Kredit Bermasalah Pada Brisyariah Kcp Jombang. Unipdu, Jombang.

MI Hafidzudin. 2019. Definisi Mahasiswa. UM Surabaya Repository, Surabaya.

Wijaya, Aditya M. 2023. Pengaruh Fenomena *Flexing* Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek *Prudential* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Generasi Z Di Kota Bandar Lampung). UIN Raden Intan, Lampung.

Zaitin Humaira. 2022. Hubungan Kontrol Diri Dengan Kecenderungan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Pada Mahasiswa Uin Ar-Raniry, Banda Aceh.

Sumber Internet

Cnbcindonesia.com, “Sri Mulyani : Inklusi Keuangan di Asean masih sangat timpang”, Senin 6 November 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230329120544-4-435436/sri-mulyani-inklusi-keuangan-di-asean-masih-sangat-timpang>.

Databoks.katadata.co.id, “Kerugian Investasi Ilegal RI Capai Rp.120,79 Triliun, Rekor Tertinggi Sedekade”, Senin 25 Desember 2023 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/30/kerugian-investasi-ilegal-ri-capai-rp12079-triliun-rekor-tertinggi-sedekade>.

Gilberto de Abreu, Variabel Moderat dalam Penelitian : Metodologi dan Aplikasi, (artikel mindthegraph.com), Senin 6 November 2023. [https://mindthegraph.com/blog/id/variabel-sedang/\(variabel-moderasi\)](https://mindthegraph.com/blog/id/variabel-sedang/(variabel-moderasi)).

Infobanknews.com, “Kerugian Akibat Investasi Bodong Setara Untuk Bangun 12.600 Sekolah Hingga 1.260 km Jalan Tol”. Senin 25 Desember 2023. <https://infobanknews.com/kerugian-akibat-investasi-bodong-setara-untuk-bangun-12-600-sekolah-hingga-1-260-km-jalan-tol>.

Tempo.co, “Doni Salmanan Didakwa Jaksa Rugikan Rp 24 Miliar Dari Penipuan Investasi,” Senin 25 Desember. <https://nasional.tempo.co/read/1619168/doni-salmanandidakwa-jaksa-rugikan-rp24-miliar-dari-penipuan>.